

PARA GRADOS ACADÉMICOS DE LICENCIADOS (TERCER NIVEL)

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

DECLARACIÓN y AUTORIZACIÓN

Yo, ANA GABRIELA ZURITA CHECA C.I. 1722219225 autor del trabajo de graduación intitulado: "Análisis de viabilidad para la creación de una granja agroturística de aprendizaje al aire libre para niños, en el sector de La Moca, parroquia Rumipamba, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha", previa a la obtención del grado académico de INGENIERA EN GESTIÓN HOTELERA en la Facultad de Ciencias Humanas:

- 1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tiene la Pontificia Universidad Católica del Ecuador, de conformidad con el artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
- 2.- Autorizo a la Pontificia Universidad Católica del Ecuador a difundir a través de sitio web de la Biblioteca de la PUCE el referido trabajo de graduación, respetando las políticas de propiedad intelectual de Universidad.

Quito, 9 de mayo de 2016



Ana Gabriela Zurita Checa
C.I. 1722219225

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS

ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

Yo, Mtr. Lotty Lizarzaburu directora de esta disertación, certifico que la srta. Ana Gabriela Zurita Checa ha realizado con mi dirección este trabajo titulado "Análisis de viabilidad para la creación de una granja agroturística de aprendizaje al aire libre para niños, en el sector de La Moca, parroquia Rumipamba, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha", de conformidad con las disposiciones del Reglamento de Grados de la PUCE. Autorizo la presentación del informe debidamente revisado y encuadernado para la calificación respectiva.


Mtr. Lotty Lizarzaburo

Quito, 9 de mayo de 2016



PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS - ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO

GESTIÓN HOTELERA

**ANÁLISIS DE VIABILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA GRANJA
AGROTURÍSTICA DE APRENDIZAJE AL AIRE LIBRE PARA NIÑOS, EN EL
SECTOR DE LA MOCA, PARROQUIA RUMIPAMBA, CANTÓN RUMIÑAHUI,
PROVINCIA DE PICHINCHA.**

**TRABAJO DE TITULACIÓN DE GRADO PREVIA LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO
DE INGENIERÍA EN GESTION HOTELERA**

ANA GABRIELA ZURITA CHECA

DIRECTOR: LOTTY LIZARZABURU

QUITO, MAYO 2016

DEDICATORIA

En primer lugar a Dios y a la virgen de Guadalupe, por ser quienes han guiado mi camino en todo momento, por ser una luz en los instantes de inseguridad, temor, ansiedad y angustia, por ser quienes me han encaminado en cada paso durante este largo camino, por ser mi soporte y compañía cada día de mi vida.

A mis padres, Nelson y Margoth, por ser el pilar fundamental de nuestra familia, por ser el apoyo incondicional en cada situación de la vida, por su lucha diaria por sacar adelante a sus hijos y hacer de cada uno de nosotros personas de bien, por su amor, comprensión y sacrificio ante cualquier situación, por ayudarme a ser mejor cada día y convertirme en la persona que soy hoy, por ser mi inspiración y modelo a seguir.

A mis hermanos, María Emilia, Nelson David, Juan Pablo y Juan José, por ser parte importante de mi vida, por ser mi motivación para ser mejor cada día, por permitirme estar a su lado y poder convertirme para ellos en un modelo a seguir, por vivir con cada uno de ellos sus logros alcanzados, por el cariño sincero en cada una de las circunstancias de la vida.

A mis amigas, Gabriela, Estefanía, Ximena, Valeria y Silvana, por ser las personas que más que amigas se convirtieron en hermanas de la vida, por cada uno de sus consejos y apoyo incondicional, por una amistad sincera y leal, por poder compartir cada momento de mi vida a su lado, por su sinceridad y cariño, por estar siempre juntas en las buenas y malas situaciones de la vida.

A mis amigos, Luis, Diego, José, Sergio y Erick, por haber llegado a ser la familia que uno escoge, por su amistad sincera y leal, por todos los momentos que hemos vivido juntos, por cada palabra de aliento, por cada consejo, por cada jalada de orejas, por ser personas excepcionales que llegaron de repente pero así mismo para siempre.

AGRADECIMIENTO

En primer lugar debo agradecer a Dios y a la virgen de Guadalupe por haberme permitido alcanzar este logro tan anhelado, por haber iluminado mi camino y darme las fuerzas necesarias para vencer los obstáculos que se han presentado.

Gracias a Nelson, por ser una persona incondicional en cada momento de mi vida, por ser mi guía espiritual, por ayudarme a levantar cada vez que he caído y a volver a empezar, por nunca dejarme sola, por motivarme a ser un mejor ser humano, por enseñarme a luchar por lo que más amo.

Gracias a Margoth, mi madre, por haberme enseñado que su amor va más allá de cualquier problema, por demostrarme que a pesar de todo ella siempre está a mi lado, por motivarme a ser feliz y a luchar por mis sueños, por protegerme en los momentos que lo he necesitado, por haber luchado para que nunca nos falte nada.

Gracias a María Emilia, mi hermana, por haber sido parte importante de este logro, por haberme compartido sus conocimientos, por su paciencia y cariño en todos los momentos de tensión y agotamiento, por haber respondido cada una de mis preguntas y dudas, por su soporte y compañía durante este largo trayecto.

Gracias a Lotty, mi tutora, por toda su paciencia y cariño durante este tiempo, por el apoyo brindado en cada capítulo de este trabajo, por haberme compartido sus experiencias y conocimientos para el desarrollo de esta disertación, por darme la fuerza necesaria para no darme por vencida cuando existieron momentos de angustia, por el tiempo que pudimos compartir juntas.

Gracias a cada uno de los profesores que pudieron aportar con sus conocimientos para el desarrollo de este trabajo, gracias por el tiempo empleado y la ayuda desinteresada, que fue parte fundamental para el desarrollo y culminación de esta disertación.

Gracias a mis amigos, por cada una de las palabras de aliento que recibí, por todo el apoyo y todo el interés que pusieron en este camino, por motivarme a alcanzar este objetivo y por ser uno de los pilares más importantes de mi vida.

ÍNDICE

RESUMEN EJECUTIVO.....	7
CAPITULO I: Introducción.....	8
1.1 Justificación	9
1.2 Planteamiento del problema.....	11
1.3 Objetivos	12
1.3.1 Objetivo general	12
1.3.2 Objetivos específicos.....	12
1.4 Antecedentes	12
1.5 Marco teórico.....	15
1.6 Marco conceptual	19
CAPÍTULO II: Generalidades	21
2.1 Ubicación geográfica	21
2.2 Hidrografía	21
2.3 Geografía.....	21
2.4 Clima	22
2.5 Atractivos Turísticos.....	22
2.6 Actividades Productivas	23
2.7 Historia de turismo local.....	23
2.8 Festividades.....	24
2.9 Gastronomía	24
2.10 Población.....	24
2.11 Servicios básicos	25
2.12 Infraestructura vial.....	26
CAPÍTULO III: Estudio Administrativo	27
3.1 Misión	27
3.2 Visión.....	27
3.3 Objetivos Empresariales.....	27
3.4 Políticas Internas	27
3.5 Valores Corporativos	28
3.6 Recurso Humanos	29
3.6.1 Organigrama por Puestos	29
3.6.2 Funciones del Personal.....	30
3.7 Constitución de la empresa.....	33
3.8 Permisos y Licencias para el funcionamiento.....	34
CAPÍTULO IV: Estudio de mercado	36
4.1 Mercado objetivo.....	36
4.2 Mercado potencial.....	36
4.3 Identificación del mercado	37
4.4 Investigación de mercado	37
4.4.1 Población.....	38
4.4.2 Muestra.....	38
4.4.3 El cuestionario.....	39
4.4.4 Resultados de la encuesta - Familias	39

4.5 Segmentación del mercado	56
4.6 Competencia	58
4.6.1 Análisis FODA.....	60
4.6.2 Matriz de estrategias FODA.....	61
4.7 Características del emprendimiento.....	62
4.7.1 Producto	62
4.7.2 Precio.....	77
4.7.3 Plaza	80
4.7.4 Promoción (canales de distribución)	82
CAPITULO V: Estudio Financiero	85
5.1 Inversión inicial	85
5.2 Presupuesto de ingresos y ventas	87
5.3 Presupuesto de costos.....	89
5.4 Presupuesto de gastos.....	91
5.5 Estructura de financiamiento.....	92
5.6 Estados financieros proyectados	95
5.6.1 Estado de resultados	95
5.6.2 Estado de flujo de efectivo	96
5.7 Análisis de Indicadores financieros	97
5.7.1 Punto de equilibrio	97
5.7.2 Valor actual neto	98
5.7.3 Tasa interna de retorno	98
5.7.4 Periodo de recuperación de la inversión.....	99
5.7.5 Índice de rentabilidad	99
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
CONCLUSIONES	100
RECOMENDACIONES	101
BIBLIOGRAFÍA	102

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1: PERFIL CONSUMIDOR	57
TABLA N° 2: COMPETENCIA	59
TABLA N° 3: FODA	60
TABLA N° 4: ESTRATEGIAS FODA	62
TABLA N° 5: ANIMALES DE GRANJA.....	63
TABLA N° 6 : ELEMENTOS GRANJA.....	64
TABLA N° 7: ALIMENTOS ANIMALES (GASTO MENSUAL).....	64
TABLA N° 8: PRODUCTOS DE SIEMBRA.....	66
TABLA N° 9: HERRAMIENTAS PARA SEMBRAR Y COSECHAR.....	66
TABLA N° 10: UTENSILIOS TALLER	68
TABLA N° 11: MENAJE RESTAURANTE (CAPACIDAD MÁXIMA 64 PAX.)	71
TABLA N° 12 : EQUIPO Y UTENSILIOS COCINA.....	72

TABLA N° 12 : SENDEROS Y LAGUNA	74
TABLA N° 13: LISTA DE PAQUETES.....	78
TABLA N° 14: PAQUETE ESCOLAR EXPRESS	79
TABLA N° 15: PAQUETE ESCOLAR FULL	79
TABLA N° 16: PAQUETE FIN DE SEMANA EXPRESS	80
TABLA N° 17: PAQUETE FIN DE SEMANA FULL	80

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N°. 1 LOCALIZACIÓN LA MOCA	26
GRÁFICO N°. 2: ORGANIGRAMA ESTRUCTURA	30
GRÁFICO No. 3: ESTABLO	65
GRÁFICO No. 4: DISTRIBUCIÓN GRANJA	65
GRÁFICO No. 5: DISTRIBUCIÓN HUERTO.....	67
GRÁFICO No. 6: DISTRIBUCIÓN TALLER DE COCINA.....	69
GRÁFICO No. 7: MENÚ PROTOTIPO RESTAURANTE.....	70
GRÁFICO No. 8: DISTRIBUCIÓN RESTAURANTE	73
GRÁFICO No. 9: GRANJA LA MOCA	74
GRÁFICO N°. 10 LOGOTIPO.....	83

RESUMEN EJECUTIVO

Tomando como base la necesidad de las personas por escapar de la rutina, la búsqueda de actividades de ocio, y principalmente enfocado a los más pequeños a través de una experiencia de aprendizaje, nace la idea de implementar un lugar donde se pueda combinar el agroturismo y el aprendizaje al aire libre. Un espacio donde los niños puedan tener contacto al 100% con la naturaleza y acceso para realizar actividades no cotidianas, como tener un acercamiento con animales de granja, comprender como los cultivos son parte fundamental de su alimentación y crecimiento, además de aprender el proceso y el ciclo de vida de los mismos; la granja no únicamente abrirá sus puertas a un segmento educativo infantil, sino también al segmento familiar donde padres e hijos podrán realizar actividades en conjunto compartiendo momentos de recreación, esparcimiento y educativas a la vez.

Granja La Moca ofrecerá a sus clientes 4 paquetes diferentes de acuerdo a las actividades escogidas, dos paquetes son de tipo escolar y dos paquetes de fin de semana donde los clientes puedan disfrutar de una experiencia inigualable en el campo.

El objetivo principal de esta investigación fue determinar la viabilidad de esta idea de negocio, en primer lugar se realizó un estudio de mercado en donde se aplicaron encuestas a 384 personas en el distrito metropolitano de Quito y sus alrededores, en las cuales se determinó el segmento adecuado para la idea de negocio, el precio que dicho segmento estaría dispuesto a pagar, al igual que se verificó el interés de las escuelas privadas por la visita al lugar.

Dentro del análisis financiero los resultados fueron negativos para la implementación del establecimiento, se estableció una inversión inicial de \$317.304 y los indicadores de viabilidad del proyecto VAN: -\$32.163 y TIR: 10% reflejaron que el proyecto no es viable y posee un bajo grado de rentabilidad; la inversión del proyecto se recuperará en un lapso mayor a los 5 años, haciendo que el proyecto no sea una posibilidad favorable de inversión para los inversionistas

PALABRAS CLAVE: Granja, agroturismo, viabilidad, aprendizaje al aire libre, inversión.

EXECUTIVE SUMMARY

Based on the need for people to escape the routine, the pursuit of leisure activities, and mainly focused on smaller through a learning experience was born the idea of implementing a place where you can combine agrotourism and learning outdoors. A space where children can have 100% contact with nature and access for non-daily activities, such as having a close with farm animals, understand how crops are an essential part of their nutrition and growth, in addition to learning the process and the life cycle thereof; farm not only open its doors to an educational segment, but also the family segment where parents and children can do activities together sharing moments of recreation, entertainment and educational at the same time.

Farm La Moca offer customers 4 different packages according to the selected activities, two packages are school-type and two weekend packages where customers can enjoy a unique experience in the field.

The main objective of this research was to determine the feasibility of this business idea, first a market study where surveys were administered to 384 people in the metropolitan district of Quito and its environs, in which the segment was determined was conducted suitable for business idea, the price that this segment would be willing to pay, as the interest of private schools was verified by the site visit.

Within the financial analysis the results were negative for the implementation of the establishment, an initial investment of \$ 317,304 and indicators feasibility NPV project was established: - \$ 32,163 and IRR: 10% reflected that the project is not viable and has a low degree of profitability; the project investment will be recovered in a higher 5-year period, making the project is not a favorable investment opportunity for investors

KEYWORDS: Farm, agritourism, feasibility, outdoor learning, investment.

CAPITULO I: Introducción

1.1 Justificación

“*Turismo*” según la OMT (Organización Mundial de Turismo) es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes, las mismas que pueden ser turistas residentes o no residentes. Dicho fenómeno tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT 2003).

A lo largo de los años el turismo se ha consolidado como una de las industrias económicas más grandes a nivel mundial, experimentando un constante desarrollo y crecimiento además de una amplia diversificación, convirtiéndose en la clave del progreso socioeconómico de países que hoy en día ofrecen un sinnúmero de destinos (Singh 2010). Actualmente el turismo se ha transformado en uno de los principales componentes del comercio internacional, y representa un elemento fundamental de ingresos para los países en desarrollo, haciendo del turismo una industria cada vez más competitiva (Sinclair y Stabler 1997). El turismo, con el paso del tiempo se ha convertido no únicamente en una industria potencialmente económica, sino también en una industria beneficiosa para la generación de empleo tanto para la misma como para sectores relacionados como la agricultura, las telecomunicaciones y el transporte (Mathur 2007).

Gracias al acelerado crecimiento de la industria y a los diferentes requerimientos de la demanda, el turismo se fue modificando de acuerdo a las necesidades de los turistas para poder satisfacer sus requerimientos al cien por ciento, por lo que segmentó el mercado y se establecieron diferentes tipos de turismo para cada segmento, permitiendo la implementación de actividades para los diferentes tipos de clientes (García Dihigo 2007).

Partiendo de esta concepción surgió el turismo de sol y playa, turismo gastronómico, turismo de montaña, turismo religioso, turismo cultural, ecoturismo, turismo de aventura, turismo rural, turismo de salud, turismo de negocios, turismo vivencial, turismo arqueológico, turismo urbano, turismo etnográfico, turismo de compras, turismo deportivo, turismo científico, etc.

En base a la diversificación del turismo y a la satisfacción completa de las distintas necesidades de los turistas, nace la idea de implementar una *granja agroturística* dirigida a un segmento educativo infantil, apoyada en el agroturismo como fundamento de la propuesta, el mismo que permite realizar al infante actividades propias de la actividad agropecuaria, en la cual puede disfrutar de un entorno natural rural en un ambiente de serenidad y tranquilidad donde existen “paisajes cultivados” lo que implica cultivos sanos, eficientes, rentables y competitivos, además de contar con animales de producción saludable (García Dihigo 2007).

Hoy en día una nueva visión de enseñanza ha venido ganando terreno en los métodos educativos, el *aprendizaje al aire libre*. Tanto para niños como para jóvenes, este método se ha consolidado por el hecho de incentivar y despertar el deseo de aprendizaje por los estudiantes, estimulando sus inquietudes y teniendo en cuenta sus deseos e intereses. Para optimizar el rendimiento escolar es importante dejar de lado la monotonía de las clases tradicionales y realizar excursiones a diferentes sitios donde los niños puedan experimentar lo estudiado en clase. Existen diversas actividades que pueden estimular el proceso de aprendizaje de los más pequeños como las tareas agrónomas ayudándolos a comprometerse con la educación que reciben.

Como parte fundamental en la educación de los niños más pequeños, es importante potencializar su desarrollo y aprendizaje a través de la interacción con animales, además de contribuir con la autoestima y autoconfianza del niño; tener contacto con animales favorece a reforzar las conductas, facilita el alcance de objetivos, permite superar obstáculos y enfrentar sus miedos, ayuda a asumir autonomía y a hallar seguridad, al mismo tiempo que desarrollan su responsabilidad, la confianza en sí mismos y se construyen como persona social (Martín Biezma 2013).

Según Mari Luz Díaz (2013), psicóloga, directora del centro de innovación educativa Huerto Alegre y presidenta de la red Onda de centros de educación ambiental de Andalucía; *“la naturaleza ofrece una cantidad tan elevada de estímulos que el contacto con ella hace que el niño se encuentre en un espacio abierto, con sensación de libertad, siendo parte fundamental del desarrollo de sus habilidades de movimiento pero también un estímulo para sus neuronas, para sus emociones y para su aprendizaje; es una experiencia vital que permite al niño sentir y medirse a sí mismo de forma diferente a como lo hace en la ciudad”*.

Por lo cual, la propuesta para la implementación de la granja agroturística, busca fomentar el desarrollo educativo en los niños y ser parte importante dentro de su crecimiento, además de promover el respeto por la naturaleza, reforzando una ética de trabajo que incluye el cuidado de la tierra y el respeto a los docentes y compañeros; además de realizar actividades enriquecedoras que brinden una experiencia inolvidable para los infantes.

1.2 Planteamiento del problema

En general, los niños y las familias de hoy tienen pocas oportunidades de conectarse con la naturaleza. Louv (2005) llamó a este fenómeno, *trastorno por déficit de naturaleza* en su libro “El Último Niño en los Bosques”, y abrió los ojos a los efectos negativos provocados por la falta de contacto con la naturaleza, los mismos que han tenido importantes secuelas en el aprendizaje de los preescolares como: problemas de atención, uso no adecuado de sentidos, así como también enfermedades físicas y emocionales.

Hoy en día los niños pasan más tiempo realizando actividades dentro de casa, tales como ver televisión y jugar videojuegos en ordenadores y consolas, en lugar de hacer actividades que involucren a la naturaleza, la misma que promueve el desarrollo progresivo de sentidos y ofrece avances significativos en cualidades tanto físicas como mentales; por lo que aquellos que se encuentran en contacto con la naturaleza, aprenden de mejor manera y permiten un apropiado desarrollo de sus capacidades cognitivas, además de tener comportamientos adecuados, promover su lado creativo y dominar el pensamiento crítico. El aprendizaje al aire libre permite eliminar los déficits físicos y emocionales que las clases tradicionales provocan y tener un impacto positivo en el estado psicológico y académico de los más pequeños (Louv 2005).

En base a este planteamiento, nace la idea de implementar un lugar donde se conjuguen el aprendizaje al aire libre y la naturaleza, y se puedan ofrecer diferentes productos y servicios que promuevan el desarrollo simultáneo de actividades educativas y agro turísticas para niños en edad preescolar y escolar. El pilar sobre el cual se va a desarrollar el proyecto es el agroturismo, el mismo que se desarrolla como actividad turística reciente y se encuentra en constante desarrollo en el país, siendo un importante generador económico, que se ha transformado en los últimos años en una herramienta

fundamental para el aprendizaje, especialmente para los más pequeños; convirtiéndose en un factor primordial para su desarrollo tanto físico como mental, además de fomentar el vínculo con la naturaleza. Por lo cual se busca realizar un estudio de pre factibilidad para poder analizar: ¿Si el proyecto de implementación de un establecimiento agro turístico de aprendizaje al aire libre en el sector de La Moca es o no viable?

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo general

Elaborar un estudio para determinar la viabilidad técnica y financiera de la creación de una quinta agro turística en el sector de La Moca, parroquia Rumipamba, cantón Rumiñahui, provincia de Pichincha.

1.3.2 Objetivos específicos

- Demostrar la viabilidad financiera, económica y técnica de esta alternativa de turismo.
- Determinar el segmento de mercado apropiado para este producto turístico.
- Diseñar los productos turísticos que fortalezcan el aprendizaje al aire libre y la actividad agroturística.
- Realizar el diagnóstico turístico del sector en donde se implementará el proyecto.

1.4 Antecedentes

La acción de viajar inicia hace millones de años en la prehistoria, donde los primeros hombres realizaban traslados para satisfacer principalmente necesidades de alimentación, vivienda y protección; considerándose un tipo de turismo rudimentario, primitivo o arcaico; sin embargo no se considera como el inicio del turismo como tal, únicamente sirve de referencia para conocer las motivaciones y necesidades estableciendo una relación con la satisfacción derivada del aprovechamiento de los recursos, función que hoy en día realiza la actividad turística (Angulo 2006).

Con el desarrollo de las civilizaciones y gracias al interés que despertaron los diferentes monumentos en África, como las pirámides de Gizeh catalogadas como una de las maravillas del mundo, se organizaron diferentes cruceros para un sinnúmero de personas, las mismas que sin duda se convirtieron en los pioneros de la actividad turística (Fernandez 1985). Un factor fundamental para el desarrollo del turismo fueron las competencias atléticas que organizaba Atenas cada cuatro años, lo que fomentó la creación de las primeras posadas turísticas, las mismas que brindaban servicios reducidos para la pernoctación tanto para espectadores como para los participantes (Angulo 2006).

Es importante destacar que fueron los romanos los primeros en implementar servicios de hospedería, los mismos que organizaron el sector de hospedaje, clasificando a los establecimientos de alojamiento en mansiones para los aristócratas y establos para los plebeyos, además comenzaron a realizar importantes desplazamientos de personas hacia el campo y playas cercanas donde establecieron las primeras villas vacacionales (Fernandez 1985). Un hecho fundamental que contribuyó con el avance del turismo fueron las peregrinaciones realizadas en la edad media, cuando los peregrinos viajaban para la celebración de festivales religiosos a Santuarios como Canterbury en Inglaterra, Santiago de Compostela y Tierra Santa (Angulo 2006) .

La revolución industrial se convirtió en un elemento fundamental en el desarrollo de la industria turística; la consolidación próspera de la clase media permitió que nuevos patrones de vida se establecieran en las familias, propiciando más necesidades y por consecuencia mayores patrones de consumo, así como también el disfrute de vacaciones y tiempo libre; todo esto como resultado de la evolución del transporte que permitió rápidos traslados a una mayor cantidad de personas acortando distancias, lo que propició un mayor desplazamiento a los diferentes destinos turísticos (Angulo 2006). Actualmente el turismo se ha transformado en una de las actividades socioculturales de mayor impacto; el desarrollo de las tecnologías, el crecimiento de la población y de la economía, la disposición de tiempo libre, son factores que han fomentado en gran medida el incremento de viajes dentro del sector turístico, reconociendo al mismo como una de las industrias internacionales más importantes (Monterrubio Cordero 2011).

Partiendo del gran desarrollo de la industria turística y su gran objetivo de satisfacer las necesidades de los turistas, surgieron diferentes tipos; los mismo que en

base a los distintos requerimientos de los visitantes establecen su oferta y de esta manera se logra abarcar un amplio mercado turístico (García Dihigo 2007). La propuesta para la implementación de la quinta agroturística se encuentra establecida bajo los principios del agroturismo, el mismo que surge a mitad del siglo XX en Europa después de la segunda guerra mundial; donde muchas granjas y casas rurales abren sus puertas a los viajeros urbanos, los mismos que buscaban atractivos y diferentes tipos de gastronomía en cuanto a desayuno, almuerzo y cena; lo que permitió a los pueblos rurales recuperarse de la crisis de post guerra.

En el Ecuador el agroturismo es un fenómeno reciente, el mismo que se ha ido desarrollando paulatinamente en varios lugares y regiones del país como por ejemplo la parroquia de Rumipamba donde se pretende establecer el proyecto para la implementación de una quinta agroturística. La parroquia Rumipamba fue fundada el 31 de mayo de 1942, la misma que se caracteriza por ser eminentemente agropecuaria, nace como parroquia debido a la unión de tres haciendas: El Suro, San Antonio y Rumipamba. La Parroquia en la época colonial se convirtió en una de las tantas haciendas agrícolas ganaderas manejadas por la orden religiosa de los Jesuitas hasta su expulsión de territorios americanos en el año de 1767. En la actualidad las principales fuentes de ingreso y subsistencia de la parroquia son la producción agrícola y ganadera debido a sus abundantes fuentes de agua. Sin embargo Rumipamba es la parroquia de la zona del cantón Rumiñahui con el mayor potencial de desarrollo turístico. Los atractivos turísticos que dispone son muy variados y se relacionan con un entorno natural privilegiado: bosques, páramo, cascadas, paisajes, miradores y una importante biodiversidad con especies únicas como el cóndor andino que hoy en día se encuentran en vías de extinción. Esta riqueza natural se debe al ser parte del Parque Nacional Pasochoa. Y a esto se suma la cercanía con la ciudad de Quito. En la actualidad la oferta de servicios turísticos en la Parroquia es muy limitada, básicamente se desarrolla con actividades de Turismo Ecológico y Gastronómico (GADP 2012).

Por otro lado la educación al aire libre moderna debe su origen a una serie de iniciativas independientes. El camping organizado era evidente a finales del siglo XIX y principios del siglo XX en Europa, el Reino Unido, EE.UU., Australia y Nueva Zelanda. El movimiento Scout, creado en 1907 por Robert Baden-Powell, emplea la educación no formal con énfasis en actividades al aire libre práctica. Se creó el primer centro de Outward Bound en Aberdovey en Gales durante la Segunda Guerra Mundial,

extendiéndose a más de 40 países de todo el mundo, incluidos los EE.UU. en la década de 1960. Las escuelas forestales de Dinamarca son ejemplos de programas europeos con fines y objetivos similares. Un pionero fundamental la educación al aire libre era Kurt Hahn, un educador alemán que fundó escuelas como la Schule Schloss Salem en Alemania y Gordonstoun School en Escocia.

1.5 Marco teórico

La pre factibilidad de un proyecto comprende un estudio de los elementos que permitirán conocer las posibilidades de viabilidad del mismo. En este análisis se considerarán las perspectivas financieras que facultarán el desarrollo de cada una de las etapas del nuevo proyecto o la gestión de un establecimiento constituido; más no solo se tomará en cuenta factores financieros o económicos, además se analizará estudios relacionados con el mercado y los aspectos técnicos (Jafari, Baretje *et al.* 2000).

En el análisis de pre factibilidad se determina si el proyecto que se propone será rentable o no, las condiciones en las cuales se desarrollará para que el mismo sea exitoso y si el mismo contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. Además es también el grado en que lograr su implementación sea posible y las posibilidades que tiene de lograrse. Para iniciar la implementación de un proyecto es necesario invertir recursos como: tiempo, dinero, materia prima y equipos (Luna 1999).

Antes de iniciar un proyecto debe considerarse que cualquier proyecto, ya sea individual o grupal es una empresa u organización. Comprender esto en el concepto de proyecto es fundamental para el desarrollo de normas y prácticas, principalmente si se trata de provocar cambios en la cultura y en la mentalidad de las personas al implementar un establecimiento. Esto incluye la generación de excedentes e inversiones, conceptos de ahorro, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles (Luna 1999).

Dentro del estudio de pre factibilidad es de suma importancia realizar un análisis de mercado en el cual debe figurar una descripción clara del cuadrante geográfico, del estado o de la región de la ciudad y su ubicación concreta, esto permite identificar puntos fuerte y débiles y tener un conocimiento preciso de la zona. Es necesario realizar una descripción de la zona basada en investigaciones específicas entorno a indicadores

económicos como la población, el poder adquisitivo, el empleo, transporte, turismo y convenciones además también realiza una valoración sobre la posible competencia directa como indirecta (Jafari, Baretje *et al.* 2000).

El propósito significativo de realizar este estudio de mercado es conocer si se puede proceder con el desarrollo e implementación del proyecto además de evitar un coste negativo para inversionistas o empresas de no ser viable. Las entidades bancarias que realizan préstamos para este tipo de proyectos exigirán la realización de estos estudios de mercado para de esta manera evitar la pérdida de capitales, además también procuraran que este estudio sea realizado por alguien imparcial e independiente al inversionista o propietario del proyecto, para que de esta manera sea neutral y no existan intereses de por medio (Jafari, Baretje *et al.* 2000).

Además al realizar el estudio de viabilidad es importante tomar en cuenta el potencial de demanda para cada segmento, lo adecuado del sitio de construcción, tasas de crecimiento de demanda futura, grado de penetración en el mercado, así como también la recomendación en cuanto a instalaciones requeridas que deberá considerar el proyecto para el establecimiento propuesto, el análisis de estos puntos importantes permitirá conocer los costos preliminares de desarrollo, los resultados de operación y la mejor estructura para su financiamiento (Duplan 2006).

Después de haber realizado el análisis del mercado es importante también efectuar un análisis de la competencia y demanda utilizando la información anterior para así determinar los porcentajes de ocupación y los índices promedio diario. Es necesario tener en cuenta como competencia a otros proyectos turísticos empresariales locales tomando en consideración su estructura ya que esto es considerado como competencia indirecta evolucionando y convirtiéndose después en competencia directa. Es necesario también analizar la perspectiva operativa y competitiva del proyecto abarcando servicios e instalaciones a ofrecer en la propiedad o establecimiento (Jafari, Baretje *et al.* 2000).

Dos factores fundamentales dentro del estudio de pre factibilidad son el aspecto legal y el ambiental. Dentro del aspecto legal es importante tomar en cuenta los artículos mencionados en la Constitución Nacional (2008), así como también los tratados internacionales reconocidos por el órgano legislativo del estado y el resto de las normas inferiores de carácter legislativo (leyes nacionales y provinciales) o reglamentario (decretos nacionales y provinciales), como así también toda otra norma

que reglamente una actividad (resoluciones de entidades públicas, autosuficiente o no, reguladores de alguna actividad como así mismo lo normado por los municipios y comunas).

Es importante conocer que el orden jurídico, con relación a un proyecto puede prohibir su realización, o limitar, regular, predeterminar, la ejecución de ciertas actividades (Navarro 2007). En cuanto al aspecto ambiental, es el medio en el cual se desarrollará el proyecto, el mismo que provocará consecuencias tanto positivas como negativas; en el caso de llegar a implementar el proyecto deben evaluarse a profundidad las acciones que provoquen dichas consecuencias para poder realizar una retroalimentación completa, la misma que permitirá evitar secuelas negativas y fomentará acciones cuyo efecto sea positivo, haciendo que el proyecto no se convierta en un elemento perjudicial para el medio ambiente, sino más bien que se constituya como un elemento que genere beneficios para el mismo (Navarro 2007).

El estudio financiero se establece en base a leyes, principios y el conjunto de fundamentos que interpretan de una manera adecuada los fenómenos tanto de financiamiento como de inversión, además de analizar el comportamiento del mercado en cuanto a dinero, capitales, divisas, metales y derivados. Sin embargo dicha teoría centra su interés en tres pilares fundamentales de la economía, el financiamiento: obtención de fondos para la realización de proyectos en marcha o proyectos futuros, la inversión: asignación de capitales a fondos futuros con el fin de generar utilidades, y por último la distribución de utilidades: proporción de beneficios que se distribuirá entre los dueños de la empresa y las utilidades por pagar a los accionistas. El objetivo primordial de esta teoría es convertirse en una herramienta del administrador de la empresa para poder maximizar el valor de la organización contribuyendo a la comprensión de fenómenos financieros y a la planificación dentro de un ambiente conveniente para la misma, para de esta manera ayudar en la toma de decisiones que benefician tanto interna como externamente a la empresa (Palenzuela y Alvarez 2009). Estos tres elementos: pre factibilidad, estudio de mercado y teoría financiera son parte fundamental para conocer si la quinta agro turística es viable o no y de ser factible, si en el futuro obtendrá la rentabilidad esperada, la sincronía entre la actividad agraria y la actividad turística que desempeña el agricultor constituye, por tanto, la principal característica del agroturismo. El agroturismo supone una fuente de ingresos complementarios a la actividad agrícola, promueve la valorización de los recursos

agrarios y ganaderos, la conservación de la biodiversidad, del paisaje, de las tradiciones y gastronomía del lugar, colaborando así al desarrollo y a la promoción como destino turístico de las comarcas de interior (Dieckow 2009).

El agroturismo, actividad en la cual se fundamentará el proyecto, surge en los años 60 en Europa, ofreciendo al turista hermosos paisajes del espacio rural. En varios países como Alemania, Bélgica, Dinamarca, Francia, Irlanda, Luxemburgo, Portugal y el Reino Unido comienza a aparecer un tipo diferente de recreación, el turismo de fincas o granjas campestres desarrollando nuevas formas de alojamiento, dando un valor estratégico a los espacios rurales. El agroturismo, es la actividad que se desarrolla en el espacio rural, con el objetivo de regresar a la esencia de las actividades agrónomas y ganaderas a través de la participación dinámica del turista, apropiándose de la cultura propia de los espacios rurales, manifestándose como consecuencia de una sociedad moderna que al tener un desarrollo acelerado se aleja cada vez más de sus tradiciones. Este tipo de turismo, se ha convertido en la actividad de integración principal de la familia campesina, la misma que vio en esta alternativa una nueva oportunidad de negocio a través de la cual puede complementar su economía.

El enfoque fundamental del agroturismo, está basado en el beneficio hacia las comunidades rurales permitiendo conocer cómo viven y la historia de trabajo de varias generaciones, así la cultura rural es aprovechada económicamente. Este tipo de turismo tiene un parecido similar al ecoturismo, sin embargo el turismo de granja no atrae a turistas con la naturaleza en sí, sino más bien con paisajes cultivados y animales domésticos. Entre las condiciones necesarias para que el agroturismo pueda desarrollarse se encuentra que principalmente la comunidad rural debe estar de acuerdo con los fines turísticos, paisajes naturales y cultivados, atracciones históricas y culturales, buenas condiciones de acceso, pequeñas infraestructuras como la posibilidad de transporte, alojamientos y restaurantes, estabilidad política ya que de lo contrario se dificultaría la posibilidad de comercio.

El agroturismo como actividad de ocio ha tenido un desarrollo importante para los pequeños poblados de los alrededores de las grandes ciudades, la posibilidad de disfrutar de la naturaleza, conocer el medio rural y su cultura, realizar actividades propias del lugar en un ambiente de tranquilidad inigualable con paisajes extraordinarios y sobre todo en un precio sumamente atractivo, ha convertido a este tipo de turismo en una de las principales opciones de recreación en ser escogida por turistas,

que en su mayoría son personas agotadas por la acelerada rutina de ciudad que viven todos los días.

1.6 Marco conceptual

Pre Factibilidad: es un estudio a profundidad de los elementos que permitirán conocer las posibilidades de viabilidad de un proyecto (Jafari, Baretje et al. 2000). En el análisis de factibilidad se determina si el proyecto que se propone será viable o no, las condiciones en las cuales se desarrollará para que el mismo sea exitoso y si el mismo contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente (Luna 1999).

Agroturismo: Es una forma de turismo desarrollada en el medio rural con la característica de llevarse a cabo en actividades agrarias, las mismas que son desempeñadas diariamente por los agricultores. El agroturismo ofrece al visitante la oportunidad de conocer y participar en las actividades tradicionales agrarias, donde se pueden o no ofrecer alojamiento, restauración, degustación de productos típicos, vender productos locales, organizar cursos o talleres para que los visitantes descubran la forma de cultivar, criar ganado, conservar productos y un sinnúmero de actividades agrícolas y ganaderas (Roberts y Roberts 2001).

Estudio de mercado: Es un análisis del mercado donde se busca tener información acerca del número de clientes que estarán dispuestos a comprar los productos y servicios que la quinta piensa ofertar, así mismo se examina a detalle un lugar específico, un periodo de tiempo y el valor al cual los consumidores estarán prestos a obtener los mismos. Así mismo se detallará las necesidades, preferencias y exigencias de los clientes para de esta manera poder indicar el tipo de producto o servicio que los mismos desean adquirir, además se estudiará un segmento específico de personas con similares características y necesidades semejantes, lo que permitirá orientar la producción de un producto o servicio específico destinado a un grupo determinado de personas (Trenzano y Nadal 1997).

Competencia: es un factor que existe cuando dos o más empresas confluyen en el mercado para ofrecer productos o servicios de iguales o similares características, ante un conjunto de consumidores, denominados demanda. La competencia es un factor fundamental dentro de la economía debido a que sin la misma no existiría economía de

mercado, más la existencia de la misma crea un tipo de economía dentro del mercado (López-Chicheri 2004)

Análisis financiero: Es un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es el de obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía (Jafari, Baretje *et al.* 2000).

CAPÍTULO II: Generalidades

2.1 Ubicación geográfica

Rumipamba, forma parte de las parroquias que conforman el cantón Rumiñahui ubicada en la provincia de Pichincha a 15 km de la ciudad de Sangolquí. Fue fundada el 31 de Mayo de 1942, esta zona desde épocas muy antiguas se ha distinguido por ser completamente agropecuaria. Esta parroquia debe su formación a la unión de tres importantes haciendas: El Suro, San Antonio y Rumipamba, las mismas que fueron grandes e importantes fincas agrícolas y ganaderas ubicadas en el valle de Vilatuña actual parroquia de Rumipamba. Limita al norte con la parroquia de Sangolquí, al sur con el barrio El Pedregal ubicado en el cantón Mejía, al este con la parroquia Pintag ubicada en el cantón Quito y al oeste con la parroquia Cotogchoa ubicada en el cantón Rumiñahui (GADP 2012).

2.2 Hidrografía

Rumiñahui es un cantón que está rodeado por algunos ríos y quebradas de pequeño pero importante caudal por sus afluentes, entre ellos: el río Pita que proviene de los deshielos del volcán Cotopaxi, río Capelo, río Cachaco, río Sambache, río San Nicolás, río Santa Clara y el río San Pedro, este último convirtiéndose en el límite natural entre el distrito metropolitano de Quito y el cantón Rumiñahui, los mismos que a su paso forman importantes cascadas y chorreras de agua cristalina que desembocan en ríos de mayor tamaño como lo son: el Guayllabamba el mismo que es afluente del río Esmeraldas que alimenta el océano Pacífico (Rodríguez y Baldeón 2011).

2.3 Geografía

Rumiñahui es uno de los cantones más pequeños del Ecuador, está conformado por tres parroquias urbanas: Sangolquí, San Pedro de Taboada y San Rafael; y dos rurales Cotogchoa y Rumipamba. Posee una orografía un tanto difícil con pendientes pronunciadas y elevaciones que van desde los 2.500 msnm a 3200 msnm constituyendo importantes páramos ecuatorianos. Está rodeado de innumerables regiones naturales como las estribaciones del Sincholhua y del Pasochoa, se encuentra separado del valle de Tumbaco por el monte Ilaló, y del cantón Quito por la loma de Puengasí (AME 2012).

2.4 Clima

El cantón Rumiñahui goza de un clima variado gracias a la diversidad de su territorio debido a la gran pluralidad de alturas que posee, este va desde templado que se encuentra en las cuencas hidrográficas hasta los fríos de los páramos con temperaturas que oscilan entre los 5° hasta los 25°, sin embargo se mantiene en un promedio de 16° convirtiéndose en un clima temperado y agradable tanto para sus habitantes como para los turistas que visitan este cantón, Rumipamba presenta precipitaciones que van desde 17.4mm hasta los 138.2mm, los meses de mayor concentración de lluvia son de octubre a abril, mientras que el verano se presenta de junio a septiembre con sequías prolongadas y vientos fuertes (AME 2012).

2.5 Atractivos Turísticos

La parroquia Rumipamba al ser parte del parque nacional Pasocha, posee un sin número de atractivos turísticos que hacen de la misma el mayor potencial turístico del cantón; estos atractivos son muy variados ya que el cantón en sí goza de un entorno natural privilegiado, paisajes, bosques, cascadas, páramos, miradores y gran diversidad de especies forman parte de este afortunado cantón. Un factor fundamental de incremento de turismo en esta zona es la cercanía que posee con el distrito metropolitano de Quito, lo que lo convierte en una de las primeras opciones de turismo para los capitalinos. Entre los atractivos más importantes encontramos la gruta de la Virgen de la Peña, las 11 cascadas entre ellas Cóndor Machay y Vilatuña que son las más representativas, Mirador Alcocer, Mirador la Virgen, Museo de sitio, Iglesia de San Antonio, Mirador Herrera, entre otros (Rodríguez y Baldeón 2011).

De igual manera existen importantes hosterías en la zona como El Cucayo, Los Alisos y La Caldera, además de innumerables actividades como el ascenso al Pasocha, caminatas por senderos ecológicos, visita a granjas integrales y a haciendas representativas de la zona como Casa Hacienda San Antonio. La oferta turística que brinda la parroquia de Rumipamba básicamente se desarrolla con actividades de Turismo Ecológico.

2.6 Actividades Productivas

La parroquia Rumipamba basa al 100% sus actividades productivas en el ámbito agropecuario, es importante destacar que es una de las parroquias más productivas del cantón especialmente en la ganadería. Sin embargo Rumipamba posee 4 importantes cadenas productivas, *actividad ganadera*: producción y venta de le leche y sus derivados, *actividad agrícola*: producción y venta de productos agrícolas procesados orgánicamente, *actividad turística*: prestación de servicios a turistas nacionales y extranjeros aprovechando los potenciales naturales de la parroquia y por último pero no menos importante *actividad piscícola*: producción y venta de truchas y tilapias (GADP 2012). A pesar de ser una zona completamente biodiversa existen riesgos que amenazan dichas actividades como la contaminación ambiental debida al manejo no adecuado de químicos, abonos, pesticidas y plaguicidas; la existencia de nuevas plagas y el desconocimiento local de su control; destrucción de las zonas naturales debido al crecimiento urbano y de la frontera agrícola, la ausencia de proyectos ambientales y como consecuencia la pérdida de la biodiversidad.

2.7 Historia de turismo local

Las actividades turísticas dentro del cantón Rumiñahui se han ido desarrollando con el paso de los años, sin embargo el turismo en este cantón como tal es relativamente nuevo; a partir del año 2003 el gobierno autónomo de Rumiñahui participó en la emisión de ordenanzas que permitan regularizar las actividades que incidan en el desarrollo turístico . Con el paso de los años y las transformaciones que ha sufrido la sociedad, el turismo también tuvo que modificarse para poder satisfacer las necesidades de los turistas que agotados de un mundo continuamente cambiante comenzaron a buscar actividades fuera de la ciudad las mismas que comenzaron a relacionarse con las actividades realizadas en el campo, que al ser muy comunes para los habitantes de las poblaciones rurales para los habitantes de las zonas urbanas se volvieron actividades enriquecedoras, dando lugar al *Agroturismo* (Rodríguez y Baldeón 2011). Rumipamba al ser una zona netamente agropecuaria se convirtió en el lugar perfecto para desarrollar actividades agroturísticas y explotar sus atractivos naturales con el plus de estar cerca de la ciudad, convirtiéndose en un factor fundamental que hoy en día ha impulsado el turismo local a pasos agigantados.

2.8 Festividades

Desde épocas muy antiguas, Rumiñahui se caracterizó por poseer los mejores productos agrícolas y ganaderos, llegando a denominarse “El granero de Quito” gracias a su cercanía con la capital, donde el maíz se convirtió en uno de sus principales productos, haciendo que se instauren las fiestas de la cosecha que años más tarde tomaría el nombre de la fiesta del Maíz y del Turismo, estableciéndose como una de las festividades más importantes del cantón que duran aproximadamente un mes desde Agosto a Septiembre, donde se organizan eventos de toda índole como desfiles, exposiciones, concursos, corridas de toros y caballos, además del tan conocido festival gastronómico del cuy, donde no solo puede encontrar este delicioso plato típico, si no también gran variedad de platos tradicionales de la zona, sin dejar atrás el tradicional paseo del chagra donde cada año asisten más de 3 mil turistas y participan más de 50 grupos de chagras (Rodríguez y Baldeón 2011).

2.9 Gastronomía

Uno de los platos típicos más representativos del cantón Rumiñahui es el delicioso hornado que podemos encontrar en gran variedad de restaurantes en Sangolquí, que aunque poseen similar preparación, las distintas recetas han pasado de generación en generación y se mantienen hasta la actualidad. Al ser un cantón de la sierra andina no pueden faltar los tradicionales cuyes a la brasa con su tradicional salsa de maní, los mismos que se pueden encontrar en Selva Alegre, barrio que forma parte del cantón. Sin dejar atrás los tradicionales platos de la sierra como el loco ya sea de queso o de cuero, el tradicional yahuarloco, choclos y habas con queso, papas con cuero, fritada, etc. Gracias a la cercanía que posee con la capital, es una muy buena elección para aquellos que desean tener una experiencia gastronómica inigualable a 45 minutos del Distrito Metropolitano (Rodríguez y Baldeón 2011).

2.10 Población

En la parroquia Rumipamba toda la población es 100% rural, donde se mantiene un equilibrio de género entre hombres y mujeres de 51% y 49% respectivamente, tiene una densidad poblacional relativamente baja, 12.99 habitantes por Km² y es la parroquia menos poblada del cantón. Lamentablemente Rumipamba a pesar de ser un

cantón con mucho potencial agrónomo y turístico presenta altos índices de pobreza, sin embargo actualmente se están poniendo en marcha proyectos que permitan potencializar y aprovechar los recursos agropecuarios, naturales y culturales para crear nuevas oportunidades de trabajo. La población económicamente activa de la parroquia Rumipamba se dedica en mayor porcentaje a actividades de agricultura, ganadería, silvicultura y pesca; y en menor porcentaje los habitantes de la parroquia se dedican a actividades de construcción, industrias manufactureras y comercio al por mayor y menor. Existen en la parroquia grupos de ocupación predominantes: agricultores con un porcentaje de 43.34%, ocupaciones elementales con un 25.08%, operarios y artesanos con un 9.60% y vendedores con el 3,05%. Rumipamba goza de innumerables fuentes de agua que permiten que la agricultura sea parte fundamental de la economía de las familias de la zona, sin embargo la ganadería, es la actividad económica que mayor fuente de trabajo genera.

2.11 Servicios básicos

Gracias a la diversidad de vertientes de agua que posee la parroquia las mismas que se aprovechan en su totalidad, se dispone de suficientes fuentes de captación para consumo humano siendo distribuida a través de mangueras, teniendo una cobertura del 100% para todos los barrios que conforman la parroquia. En cuanto al alcantarillado, la parroquia en su mayor parte carece del mismo ocasionado contaminación ambiental ya que la mayor parte de los desechos se vierten directamente en los cauces naturales sin ningún tipo de proceso que impida la contaminación de los mismos, deteriorando la calidad de vida de los habitantes de la parroquia debido a la manifestación de enfermedades infecto-contagiosas que perjudican especialmente a la población infantil. La recolección de desechos sólidos es realizada por la municipalidad del cantón Rumiñahui con frecuencia semanal lo que resulta totalmente insuficiente para la parroquia Rumipamba, las zonas rurales del cantón no poseen el servicio de recolección. El servicio de energía eléctrica tiene una cobertura del 80% en la zona rural. Los servicios de salud para el cantón son insuficientes, cuenta con un centro de salud que a pesar que dispone de un mobiliario que se encuentra en buenas condiciones, los médicos no cuentan con los equipos necesarios para brindar un servicio adecuado para la comunidad (AME 2012).

2.12 Infraestructura vial

Rumipamba se encuentra a 4 km de Sangolquí y a 19 km de la ciudad de Quito. La red vial de la parroquia está constituida por un sistema vial muy completo constituido por accesos: principales, secundarias, colectoras, locales y senderos peatonales. Cuenta con 10 puntos de acceso y salida a través de 7 ejes principales. El primero de ellos es la ruta de acceso y salida principal Jatumpungo - Rumipamba - Parque Nacional Cotopaxi, esta es una carretera empedrada que no permite una adecuada movilidad y no cuenta con señalización apropiada, atraviesa la parroquia en sentido longitudinal. Las siguientes rutas poseen de igual manera alto grado de importancia: la vía Rumipamba – Proyecto vía Pita Tambo que atraviesa la parroquia por el centro desde el oeste, la vía La Moca – Proyecto vía Tambo es una vía arterial que permite el acceso y la salida por el oeste de la parroquia, la carretera Sangolquí – Rumipamba – Pintag es una vía arterial que se encuentra ubicada al norte del parroquia, la vía Pinllocoto (Sangolquí) – La Moca que atraviesa la parroquia por el centro norte, vía Sangolquí – Vallecito atraviesa por el norte centro y por último la vía San Antonio de Rumipamba que atraviesa por el este de la parroquia (GADP 2012). En su mayoría estas son carreteras de tierra o empedradas. El lugar donde estará ubicado el proyecto es en el poblado de la Moca, el mismo que esta ubicado en la parroquia Rumipamba a 45 minutos de Selva Alegre en el cantón Rumiñahui.

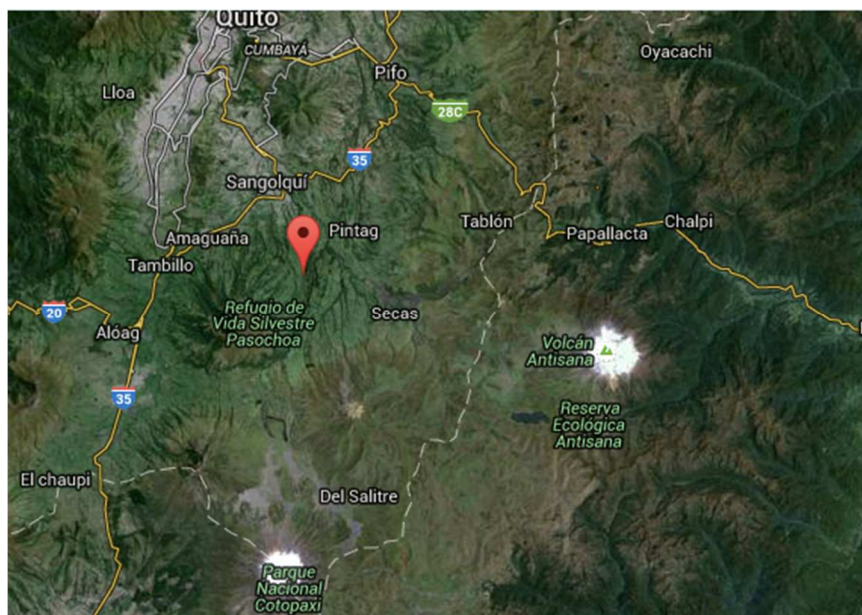


Gráfico N°. 1 Localización La Moca

GOOGLE MAPS

CAPÍTULO III: Estudio Administrativo

3.1 Misión

Acoger visitantes especialmente niños que convivan con el entorno natural y tengan la experiencia de realizar actividades propias del campo con animales y plantas promoviendo el desarrollo de actividades de aprendizaje al aire libre.

3.2 Visión

Dentro de 5 años llegar a ser el líder como granja agroturística educativa, convirtiéndonos en la primera opción escogida tanto por escuelas como por familias a nivel del Distrito Metropolitano de Quito.

3.3 Objetivos Empresariales

- Estandarizar procesos de servicio al cliente con el fin de satisfacer sus requerimientos.
- Crear un ambiente laboral favorable, impulsando el desarrollo del talento humano, garantizando un alto nivel de desempeño.
- Cubrir los costos fijos y variables que genera la empresa después de seis meses de la creación de la misma.
- Prevenir impactos ambientales desfavorables, implementando procesos de manejo adecuado de desechos, reciclaje y reutilización como parte de la responsabilidad ambiental de la empresa.

3.4 Políticas Internas

Las políticas son criterios generales necesarios para dirigir acciones dentro de una organización donde se contemplan preceptos, estatutos y obligaciones para cada área, dichos lineamientos deben ser comprendidos y respetados por todos los miembros que conforman la empresa (González 2013).

- Presentarse al trabajo cuidando de su arreglo personal, usando la ropa de trabajo y uniformes suministrados por la empresa de forma permanente mientras preste sus servicios.

- Emplear equipos de protección personal adecuados de acuerdo a las actividades que el trabajo demande, además de no realizar esfuerzos que sobrepasen la capacidad física del colaborador.
- Disponer de las herramientas de los diferentes ambientes del establecimiento de una manera apropiada, procurando mantenerlas en un buen estado y dándole un uso lógico y oportuno.
- Aplicar procesos de manejo integral y sostenible de desechos desde su producción, formas de almacenamiento y acopio, medios de recolección, reciclaje, procesamiento y transporte, con la finalidad de proteger el medio ambiente.
- Manejo de grupos no mayor a 10 personas por guía o tutor parvulario, con el objetivo de mantener el control y atención en cada una de las actividades que se realicen durante la visita a la granja.
- La entrega de boletos y brazaletes para ingresar a la granja deberá tener un tiempo máximo comprendido entre 2 a 3 minutos por visitante.
- Las clases de cocina que se dictarán en el taller tendrán una duración máxima de 2 horas, todos los asistentes obligatoriamente harán uso de mallas y delantales.
- En el restaurante los meseros deberán tomar el pedido en un tiempo máximo comprendido entre 5 a 10 minutos por mesa y se entregará la cuenta en un tiempo máximo de 10 minutos una vez que el cliente la haya solicitado.
- La visita a la granja y al huerto se realizará bajo la supervisión de guías parvularios en un tiempo de 2 horas, todos los asistentes obligatoriamente harán uso de botas de caucho.
- Para realizar reservas tanto de grupos escolares como de familias solicitar el pago adelantado del 50%.
- El pago se lo podrá realizar con tarjetas de crédito y débito, efectivo y transferencias, no se aceptará cheques.

3.5 Valores Corporativos

- *Responsabilidad:* Asumir funciones y obligaciones con la seguridad de efectuarlas de manera eficaz, eficiente y oportuna.
- *Honestidad:* Mantener un comportamiento sincero y decente demostrando integridad.

- *Trabajo en equipo:* Desarrollar la interacción e integración en el plano laboral, permitiendo el alcance de objetivos organizacionales.
- *Respeto:* Brindar a todas las personas un trato digno y sin discriminaciones, manteniendo un ambiente laboral sano sin prejuicios.
- *Compromiso:* Cumplir con perseverancia, lealtad y sentido de pertenencia los deberes y obligaciones alcanzando objetivos organizacionales.
- *Pro actividad:* Tomar la iniciativa en el desarrollo de procesos y actividades laborales, generando mejoras y asumiendo la responsabilidad de la toma de decisiones.

3.6 Recurso Humanos

3.6.1 Organigrama por Puestos

Para mejor funcionamiento del establecimiento se ha creado un organigrama, el mismo que presenta la organización de los puestos tanto administrativos como operativos que se encuentran ya delimitados cumpliendo así con jerarquías y líneas de mando. El organigrama es donde se manifiesta de forma gráfica la organización jerárquica y correlación de las diferentes áreas que conforman la empresa, además de establecer líneas de autoridad y comunicación (Andrade 2005).



Gráfico N°. 2: Organigrama Estructura

Elaborado: Gabriela Zurita

3.6.2 Funciones del Personal

Administrador:

- Controlar actividades planificadas
- Observar que los clientes estén bien atendidos
- Supervisar el correcto desarrollo de las actividades
- Vigilar áreas limpieza
- Revisar y firmar contratos y convenios
- Analizar y resolver problemas de la granja
- Supervisar desperfectos
- Vigilar el correcto desempeño de los colaboradores en sus puestos respectivos
- Resolver problemas, reclamos y sugerencias
- Coordinar mantenimiento de las diferentes áreas de la granja
- Cuidar que documentos legales y permisos se encuentren al día
- Aprobar pagos a realizarse

Contador: Profesional contratado por servicios profesionales

- Procesar, codificar y contabilizar los diferentes comprobantes fuente;
- Elaborar libro diario, mayores, estados financieros;
- Preparar y realizar pagos a proveedores y empleados;
- Realizar contratos del personal y legalizarlos.
- Estar al día con obligaciones fiscales y laborales

Jefe de operaciones:

- Recibir y registrar a turistas de forma educada y agradable
- Registrar y confirmar reservaciones
- Llenar formatos control visitantes
- Recaudar ingresos por entradas y suvenir

- Coordinar actividades del personal
- Realizar inventarios
- Encargarse correspondencia documentos granja
- Atención llamadas telefónicas
- Realizar pedidos a proveedores
- Atiende a las personas que necesitan información

Multifunciones:

- Conducir la visita turística
- Conducir vehículo
- Colaborar con todo el sistema operativo de la granja
- Mantenimiento instalaciones de la granja
- Mantener limpia todas las áreas de la granja
- Limpiar y asegurar que no exista basura en la granja
- Alimentar a los animales de la granja

Cajero:

- Registra directamente los movimientos de entrada y salida de dinero
- Realiza depósitos bancarios.
- Elabora periódicamente relación de ingresos y egresos por caja.
- Realiza arqueos de caja.
- Suministra a su superior los recaudos diarios del movimiento de caja.
- Realiza conteos y depósitos diarios de dinero en efectivo, vouchers de tarjeta de crédito, transferencias bancarias.
- Atiende a las personas que solicitan información.
- Lleva el registro y control de los movimientos de caja.

Chef:

- Organización general de los procesos dentro de la cocina así como también la modificación, presentación y servicio de los diferentes menús.
- Realiza los pedidos de materia prima y prepara los alimentos.

- Supervisa y coordina el servicio que sus subordinados brindan a los clientes, y la limpieza de las áreas de trabajo así como también del restaurante en general.
- Revisa las condiciones exigidas por estándares de calidad de los alimentos.
- Distribuye rangos y actividades de trabajo dentro del restaurante y la cocina.

Mesero:

- Es responsable del correcto montaje de mesas, además de la limpieza de las mismas así como también de sus estaciones de servicio.
- Conoce el manejo adecuado de vajilla, cubtería y cristalería.
- Tiene conocimiento de los ingredientes que conforman cada plato del menú.
- Conoce y aplica el sistema de toma de orden por comanda.
- Inspecciona que los platillos sean lo solicitado por el cliente antes de llevarlos a la mesa.
- Sirve los platillos y se asegura que las necesidades del cliente se encuentren satisfechas.

Guía parvulario actividades externas:

- Maneja grupos de 10 personas durante la visita a la granja y provee a los visitantes las herramientas necesarias así como los alimentos para realizar las actividades programadas.
- Guía a los visitantes a través de los huertos, brinda una exposición completa que incluye demostraciones de los cultivos y actividades de siembra y cosecha.
- Dirige caminatas a través de senderos, botes en la laguna y observación de aves.

Guía parvulario talleres:

- Instruye a los visitantes a cerca de los alimentos que se obtienen de la granja y del huerto con los que se pueden preparar diferentes recetas.
- Crea conciencia acerca de lo nutritivos y saludables que pueden ser los cultivos orgánicos y promueve su consumo.
- Prepara recetas, dependiendo del grupo y niveles de complejidad de acuerdo al promedio de edades, tomando en cuenta una bajo grado de dificultad.

Veterinario: Profesional contratado por servicios profesionales

- Desarrolla programas de saneamiento animal además de realizar controles periódicos y diagnósticos de los animales.
- Realiza y supervisa actividades de mantenimiento animal y aplica tratamientos dependiendo el caso a los animales.
- Efectúa intervenciones quirúrgicas y curaciones de ser necesario, además de realizar exámenes de laboratorio.
- Verifica los programas de alimentación, reproducción y ambientación de animales.

Cuidador: Horario nocturno

- Velar por la seguridad de la propiedad y de sus bienes muebles e inmuebles
- Alimentar a los animales y cuidar de los mismos
- Evitar la ejecución de actos delictivos

3.7 Constitución de la empresa

La granja se establecerá como una Compañía de Responsabilidad limitada que la Ley de Compañías en sus Disposiciones Generales Art. 92 la define como:

La que se contrae entre tres o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras “Compañía Limitada”, o su correspondiente.

La naturaleza de acuerdo a la Superintendencia de Compañías en Art. 16 y 17 dice que “La compañía de responsabilidad limitada es siempre mercantil, pero sus integrantes, por el hecho de constituirla, no adquieren la calidad de comerciantes”.

La compañía de responsabilidad limitada podrá tener como finalidad la realización de toda clase de actos civiles o de comercio y operaciones mercantiles permitidos por la Ley, excepción hecha de operaciones de banco, seguros, capitalización y ahorro”. Disposición 17 Superintendencia de Compañías. Ley de Compañías,

Sección V, Disposiciones Generales, Artículo 92, 93 y 94. El capital de la compañía limitada de acuerdo a la Ley de Compañías, debe estar conformado por las aportaciones de los socios que podrán ser en dinero o en bienes y en este último caso consistirán bienes muebles o inmuebles que corresponden a la actividad de la compañía; además el capital no debe ser inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías.

Después de constituida la compañía el capital debe estar íntegramente suscrito y además debe estar pagado por lo menos en un cincuenta por ciento cada participación. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo máximo de doce meses, que se cuentan desde la fecha de constitución de la compañía. De acuerdo con los requerimientos de la Ley de Compañías se constituirá al establecimiento como “Granja Agroturística La Moca”, la misma que nace por la necesidad de satisfacer una demanda todavía no satisfecha en su totalidad en el distrito metropolitano de Quito y sus alrededores.

3.8 Permisos y Licencias para el funcionamiento

Para el funcionamiento de la empresa se requiere realizar los siguientes trámites legales, cada uno de los cuales requiere del cumplimiento de determinados requisitos (MINTUR 2015).

- Registrar el nombre y la actividad de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- Inscripción de la patente en el Municipio.
- Inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio de Pichincha
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Obtención del Registro Único de Contribuyentes (RUC) como persona jurídica en el Servicio de Rentas Internas.
- Registro de la marca en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.
- Registro Sanitario.
- Licencia única de actividades económicas (LUAE)
- Obtención de Registro Turístico
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo. (restaurantes, bar – restaurantes, cafeterías en caso de estar ubicados en sitios turísticos)

- Licencia Metropolitana de Funcionamiento otorgada por el Municipio de Quito.
- Certificado de capacitación en Manipulación de Alimentos
- Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Funcionamiento emitido por el Ministerio de Salud
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez por 1 año desde su emisión)

CAPÍTULO IV: Estudio de mercado

4.1 Mercado objetivo

Hoy en día, el *modus vivendi* de los habitantes del distrito metropolitano de Quito y sus alrededores, se ha convertido en una rutina entre trabajo y educación tanto para grandes, como para chicos. Lo que ha permitido que paulatinamente el contacto con la naturaleza y los seres vivos se vaya perdiendo gradualmente, sobre todo para los más pequeños de la casa. En base a esta realidad, se plantea un proyecto dedicado especialmente a familias que busquen un tipo diferente de recreación donde puedan compartir entre padres e hijos de una manera entretenida creando así un vínculo familiar estrecho, además de dejar de lado aquellos elementos que desconectan a las personas de la realidad y provocan una inadecuada comunicación intrafamiliar como la tecnología, que si bien es cierto es una herramienta multifuncional que nos brinda sin número de beneficios, mal manejada se puede convertir en un componente de separación familiar; por lo que con el mencionado proyecto se busca fomentar nuevamente la relación padre e hijo en un ambiente natural, divertido y placentero; siendo este su mercado objetivo.

4.2 Mercado potencial

Dentro del mercado potencial del proyecto, como punto inicial se presentan las instituciones educativas de nivel pre escolar y primaria; actualmente las instituciones educativas analizan una nueva forma de aprender direccionada a la naturaleza; los sistemas de educación preescolar y primaria están tomando un enfoque diferente en base a un nuevo método de enseñanza y ambientes aptos para la misma (Bernal 2000).

El proyecto pretende ofrecer servicios donde el aprendizaje al aire libre que hoy en día se establece como una base principal para la enseñanza de niños en edad escolar pueda llegar más allá de una simple visita a la granja y se convierta en una herramienta donde los estudiantes desarrollen de manera más activa sus capacidades y de una u otra manera mejoren su salud física fortaleciendo su sistema inmunológico y emocional. Razón por la cual preescolares y escolares serían el segmento que visite el proyecto entre semana. Los beneficios del aprendizaje al aire libre son perceptibles de manera casi inmediata ya que los niños empiezan a desarrollar sus actividades de forma más independiente, mejoran su capacidad de razonamiento, concentración y observación y finalmente desarrollan un instinto protector hacia la naturaleza ya que se crea en ellos

un sentimiento de pertenencia y defensa al medio ambiente, convirtiendo a este último en uno de los propósitos fundamentales del proyecto, por lo que los productos que se ofrecen en la granja están diseñados en base a estos principios donde el aprendizaje al aire libre es parte elemental de cada uno de los mismos, haciendo de la granja un lugar idóneo para la educación de los escolares.

4.3 Identificación del mercado

El mercado a investigar son los habitantes del cantón Rumiñahui debido a su cercanía con el proyecto y a la ciudad de Quito. En dicha identificación se buscará analizar si tienen hijos y entre que edades oscilan, cuales son las actividades que realizan el fin de semana en familia, cuánto gastan en cada salida el fin de semana, que actividades les gustaría realizar en una granja agro turística, entre otras; lo que nos permitirá establecer a que segmento irá dirigido el proyecto y a qué tipo de clientes buscaremos satisfacer sus necesidades de ocio, proporcionando al proyecto un nivel mayor de confianza y estabilidad al dirigir su producto al cliente adecuado.

4.4 Investigación de mercado

La investigación de mercado tiene como propósito el mejorar la toma de decisiones relacionadas con la identificación y solución de problemas u oportunidades que se presenten en el proyecto. La granja “La Moca” ubicada en la parroquia Rumipamba tiene como mercado objetivo como primera etapa a familias del cantón Rumiñahui y luego del distrito metropolitano de Quito que busquen alternativas de recreación de carácter natural el fin de semana, donde puedan compartir con sus hijos y disfrutar de un ambiente diferente al que generalmente poseen entre semana. Por lo que la investigación será parte fundamental del estudio, ya que permitirá descubrir si los productos y servicios que se considera ofertar serán deseables para los clientes y al mismo tiempo se pueda satisfacer sus necesidades.

4.4.1 Población

Dentro de la investigación se ha determinado la elaboración de una encuesta a aplicarse en un universo de 85.852 habitantes del cantón Rumiñahui (INEC 2010), el mismo que es el cantón más pequeño de la provincia de Pichincha con 139 kilómetros cuadrados y el que fuera tiempo atrás el “Granero de Quito”, convertido ahora en un punto importante de comercio y turismo para la provincia de pichincha. Se establece que la población ha aumentado con respecto al último censo, por lo cual no se conoce la población exacta, por esta razón utilizaremos la fórmula de universo desconocido.

4.4.2 Muestra

Una vez establecida la población para el cálculo de la muestra, se aplica la fórmula de modelo aleatorio simple:

$$n = p(1 - p)\left(\frac{Z}{e}\right)^2$$

En donde:

n: es el tamaño de la muestra.

Z: corresponde al nivel de confianza del 95% 1,96

e: es el error de muestreo máximo admisible 0,05

p: estimador de la proporción de la población 0,50

Reemplazando los valores se obtiene:

$$n = 0,50(1 - 0,50)\left(\frac{1,96}{0,05}\right)^2$$

$$n = 382,16$$

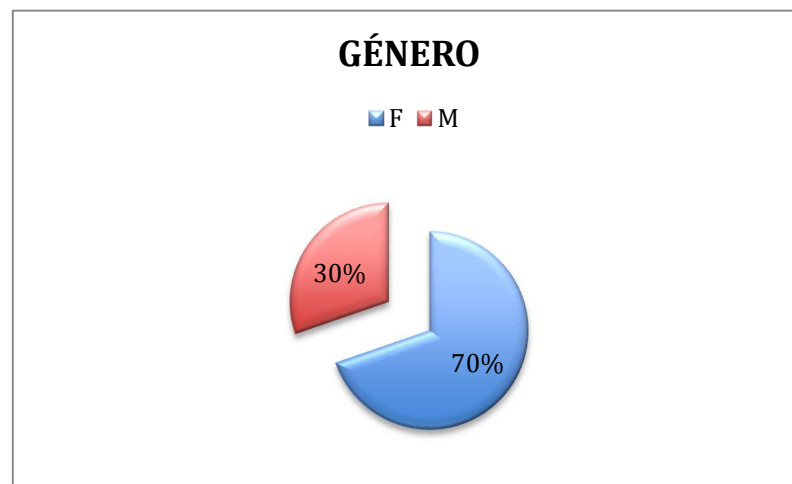
$$n = 384$$

4.4.3 El cuestionario

Forma parte de la encuesta que se aplicó en el cantón Rumiñahui para determinar el grado de aceptación de una granja agroturística para niños, según García 2004, define el cuestionario como “un sistema de preguntas racionales, ordenadas en forma coherente, tanto desde el punto de vista lógico como psicológico, expresadas en un lenguaje sencillo y comprensible, que generalmente responde por escrito la persona interrogada, sin que sea necesaria la intervención de un encuestador” (García, 2004, pág. 29).

4.4.4 Resultados de la encuesta - Familias

Pregunta N° 1: Género



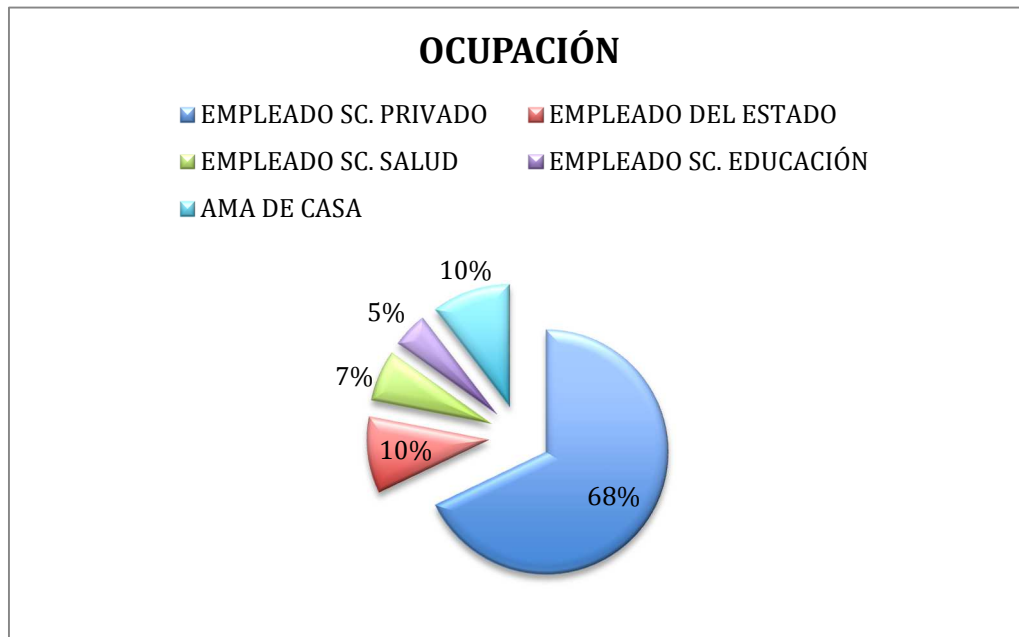
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis:

De las 384 personas encuestadas, 267 pertenecen al género femenino lo que corresponde al 70% y 117 pertenecen al género masculino lo que corresponde al 30%.

Pregunta N° 2: Ocupación



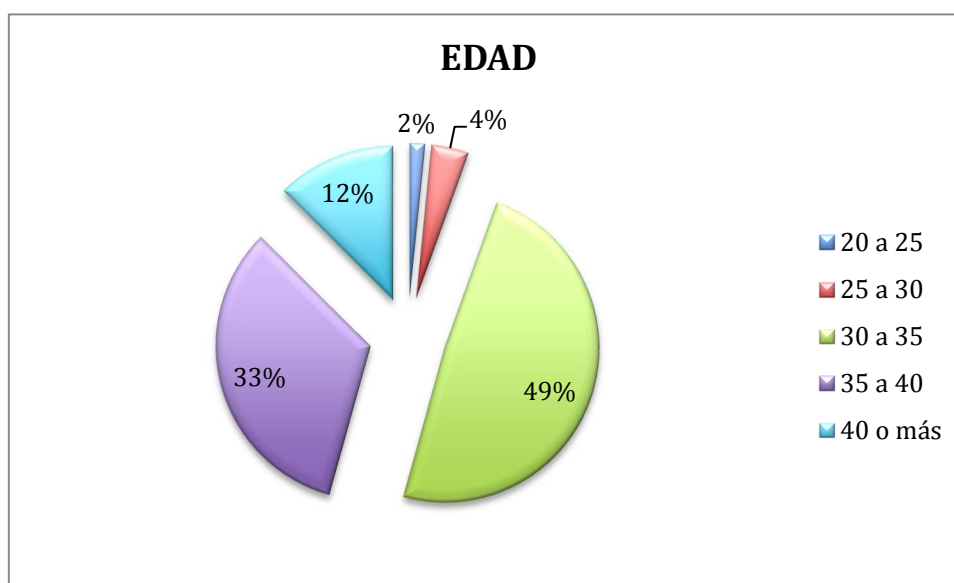
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

La mayor parte de personas encuestadas con el 68%, trabajan en el sector privado en diferentes oficios, un 10% trabaja en las distintas dependencias del gobierno, existe un 7% de personas encuestadas que tienen sus ocupaciones en el área de la salud entre médicos, odontólogos, enfermeras y visitador a médicos, dentro de las personas encuestadas hay un pequeño porcentaje de 5% que son profesores y finalmente un 10% son amas de casa.

Pregunta N° 3: Edad



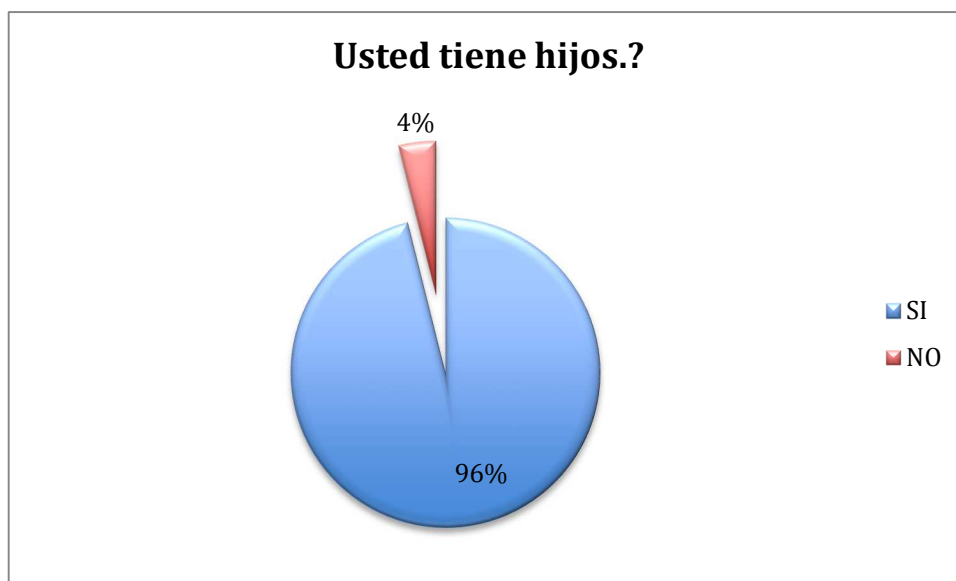
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

Con un porcentaje superior de 49%, la mayor parte de personas encuestadas se encuentra en un rango de edad entre los 30 a 35 años, seguido por las personas entre 35 a 40 años, con un porcentaje menor se encuentran las personas más jóvenes con rangos de edades entre los 20 y 30 años, así como también las personas mayores de 40 años o más.

Pregunta N° 4: ¿Usted tiene hijos?



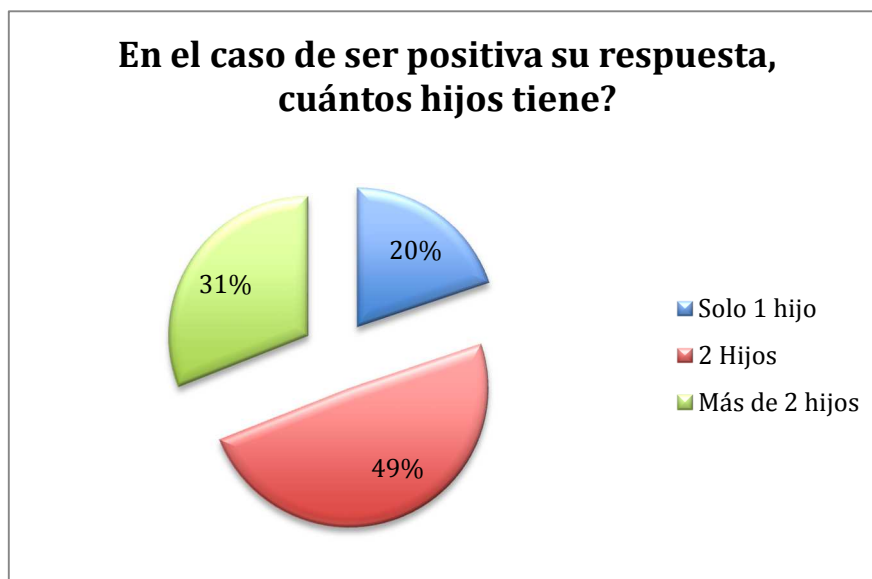
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

De las 384 personas encuestadas, 368 respondieron afirmativamente a la pregunta, lo que corresponde al 96%, mientras que tan solo 16 personas no poseen hijos, lo que corresponde al 4%.

Pregunta N° 5: ¿En el caso de ser positiva su respuesta, cuántos hijos tiene?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

De las 384 personas encuestadas, 182 poseen 2 hijos lo que corresponde al 49%, seguido por el 31% que poseen más de 2 hijos y finalmente con un 20%, 73 personas encuestadas con 1 hijo.

Pregunta N° 6: ¿Qué edad tienen sus hijos?



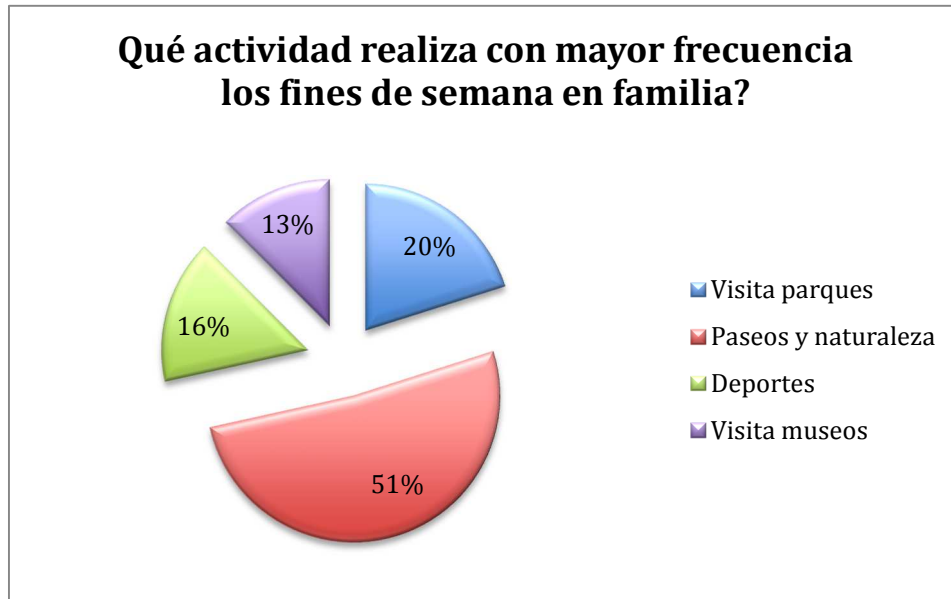
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

Con un 43%, la mayor parte de encuestados tienen hijos que se encuentran entre los 5 y 10 años de edad, seguido por niños entre 10 a 15 años con un 30%, mientras que con un porcentaje menor se encuentran los niños de 0 a 5 años y adolescentes de 15 en adelante con 18% y 9% respectivamente.

Pregunta N° 7: ¿Qué actividad realiza con mayor frecuencia los fines de semana en familia?



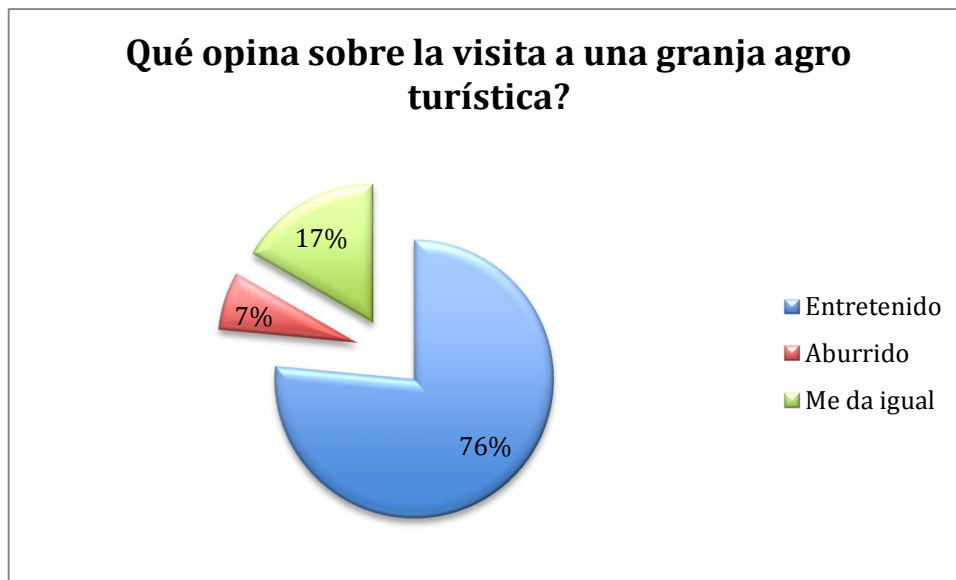
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

La mayor parte de las personas encuestadas prefiere realizar paseos y excursiones a la naturaleza con un 51%, mientras que visitar parque se convierte en la segunda opción con un 20%, con porcentajes menores las actividades que menos se realizan en familia son deportes con un 16% y visita a museos con un 13%.

Pregunta N° 8: ¿Qué opina sobre la visita a una granja agro turística?



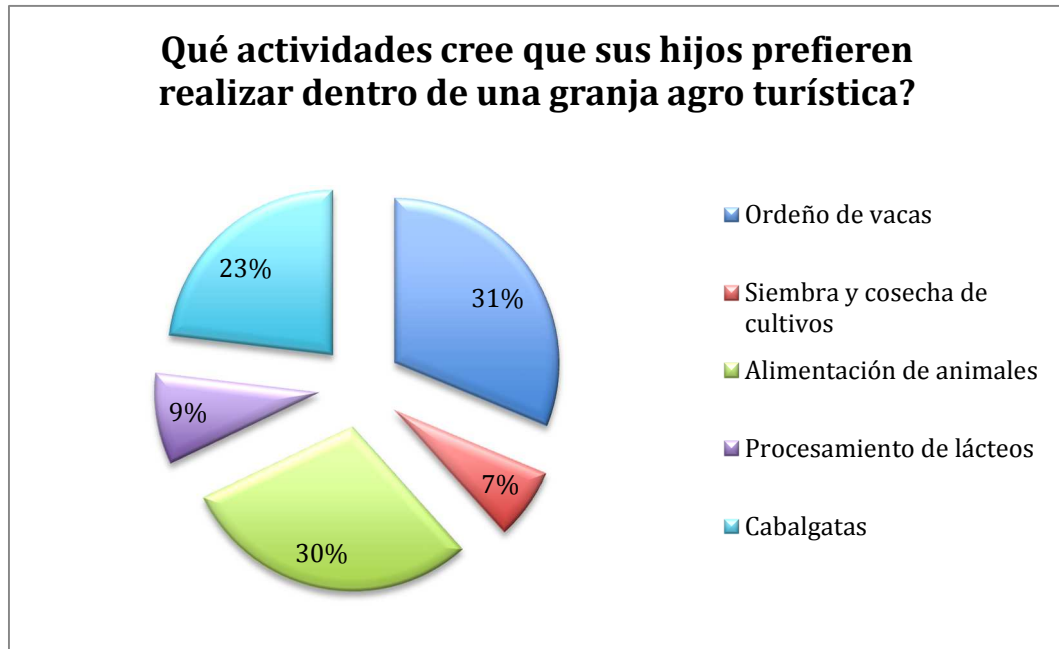
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

Del total de personas encuestadas, 294 encuentran entretenido visitar una granja agro turística lo que corresponde al 76%, mientras que con un 17% a 64 personas les da igual y finalmente con un porcentaje menor de 7% a 26 personas les parece aburrido visitar la granja.

Pregunta N° 9: ¿Qué actividades cree que sus hijos prefieren realizar dentro de una granja agro turística?



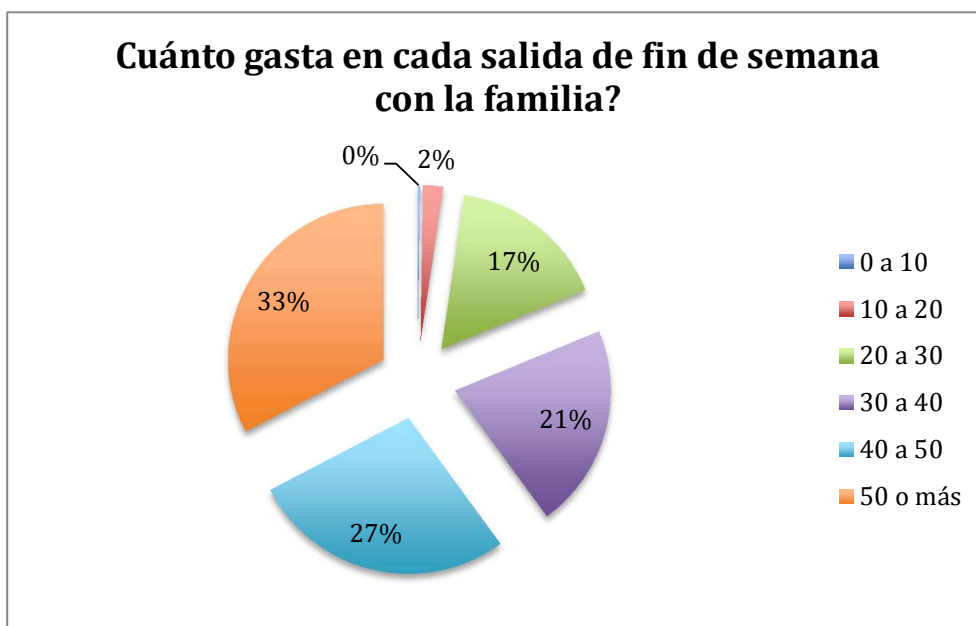
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

Con un alto porcentaje las dos actividades preferidas por los niños, son el ordeño de vacas y la alimentación de animales con 31% y 30% respectivamente, seguido por las cabalgatas con un 23%, mientras que las actividades con menor acogida son la siembra y cosecha de cultivos con un 7% y el procesamiento de lácteos con un 9%.

Pregunta N° 10: ¿Cuánto gasta en cada salida de fin de semana con la familia?



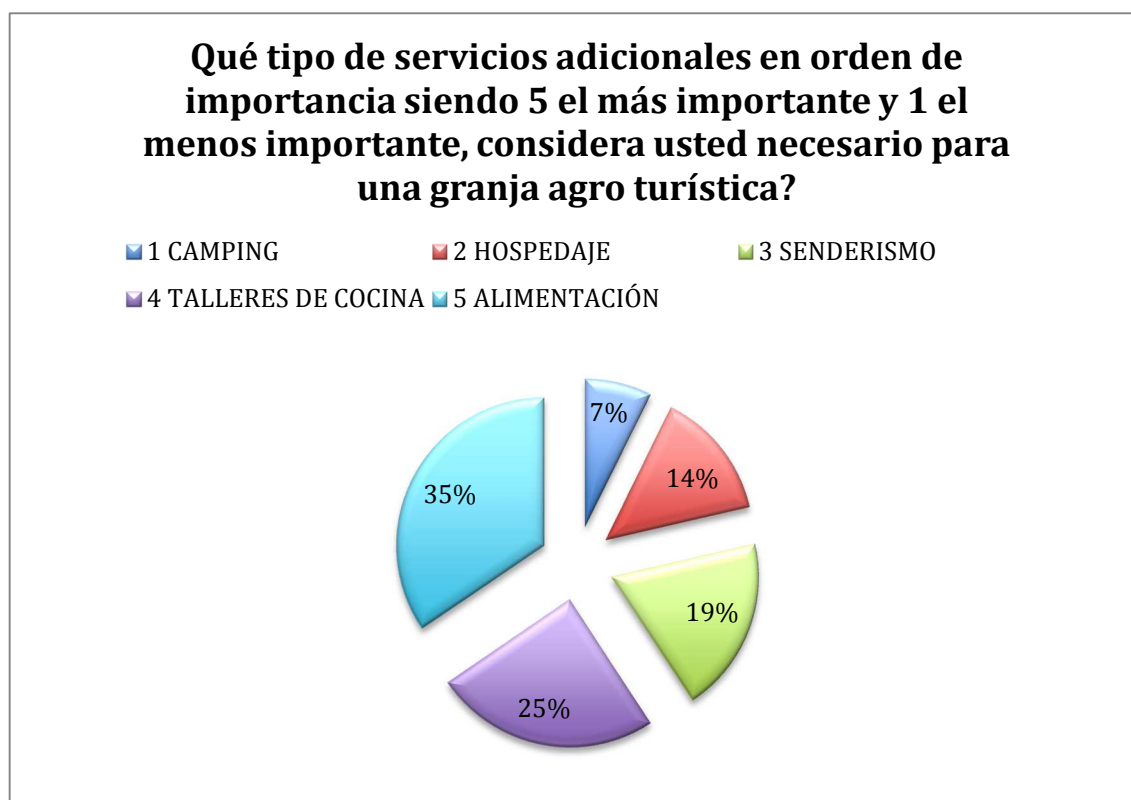
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

En su mayoría, las familias tienen rangos de gasto para las salidas de fin de semana de 50 dólares en adelante con un 33% y de 40 a 50 dólares con un 27%, con un porcentaje menor de 21% hay familias que gastan de 30 a 40 dólares, mientras que son muy pocas las familias que gastan de 20 a 30 dólares con un 17% y finalmente no hay familias que gasten 10 dólares en una salida por lo que tiene 0%.

Pregunta N° 11: ¿Qué tipo de servicios adicionales en orden de importancia siendo 5 el más importante y 1 el menos importante, considera usted necesario para una granja agro turística?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

En base a las 384 personas encuestadas se llega a la conclusión que se consideran más importante en la implementación de la granja el servicio de alimentación y los talleres de cocina con 35% y 25% respectivamente, seguido por el senderismo como una opción intermedia con un 19% y finalmente no se considera importante el hospedaje y el camping con 14% y 7% respectivamente.

Adicionalmente, para poder analizar un segmento complementario para el proyecto presentado, se realizaron encuestas en varias instituciones educativas privadas, dentro del distrito metropolitano de Quito; donde se busca establecer nexos como parte fundamental del desarrollo cognitivo de los niños y las actividades agroturísticas de la granja además de generar mayor utilidad para la empresa. En este caso para obtener la muestra en la cual aplicar la encuesta se utilizó un universo de 800 instituciones privadas ubicadas en la ciudad de Quito, valles y alrededores (AMIE 2015).

Aplicando nuevamente la fórmula para obtener la muestra obtenemos los siguiente:

$$n = \frac{N * Z^2 * pq}{(N - 1) * (e^2) + Z^2 * pq}$$

En donde:

n: es el tamaño de la muestra.

N: es el tamaño de la población o universo 800

Z: corresponde al nivel de confianza del 95% deseado 1,96

e: es el error de muestreo máximo admisible 0,05

p: estimador de la proporción de la población 0,50

q: proporción de la población de referencia 0,50
que no presenta el fenómeno en estudio

Reemplazando los valores se obtiene:

$$n = \frac{800 * 1,96^2 * 0,50 * 0,50}{(800 - 1) * (0,05^2) + 1,96^2 * 0,50 * 0,50}$$

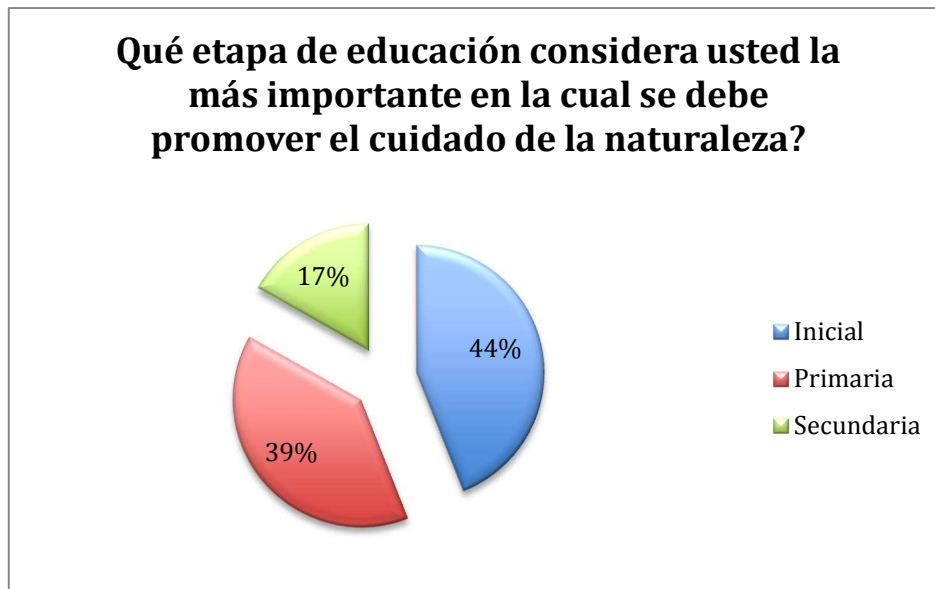
$$n = \frac{768,32}{2,96}$$

$$n = 259,56$$

$$n = 260$$

4.4.5 Resultados de la encuesta - Instituciones Educativas

Pregunta 1: ¿Qué etapa de educación considera usted la más importante en la cual se debe promover el cuidado de la naturaleza?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

La mayor parte de profesores encuestados consideran que es fundamental promover el cuidado hacia la naturaleza en la educación inicial con un 44%, teniendo en cuenta que las bases dentro del aprendizaje se establecen con mayor solidez en los más pequeños, con un 39% se consideró a la educación primaria y por último con un porcentaje menor la educación secundaria, donde se considera que los alumnos deben ya tener arraigado el cuidado hacia la naturaleza.

Pregunta 2: ¿Se realizan actividades de aprendizaje al aire libre con los estudiantes de la institución?



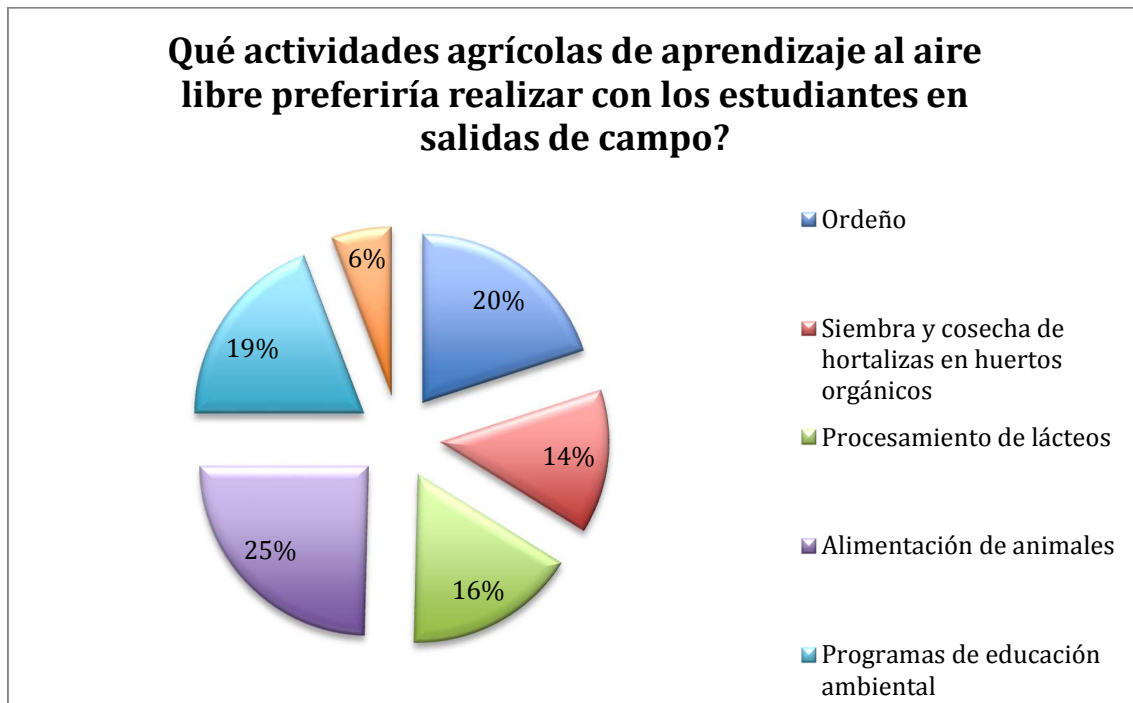
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

Con un porcentaje de 70%, la mayor parte de instituciones no realiza actividades de aprendizaje al aire libre, limitándose únicamente a la enseñanza tradicional dentro de las aulas de clase, mientras que en un porcentaje menor, existen instituciones que si realizan dichas actividades o se encuentran implementado este método recientemente.

Pregunta 3: ¿Qué actividades agrícolas de aprendizaje al aire libre preferiría realizar con los estudiantes en salidas de campo?



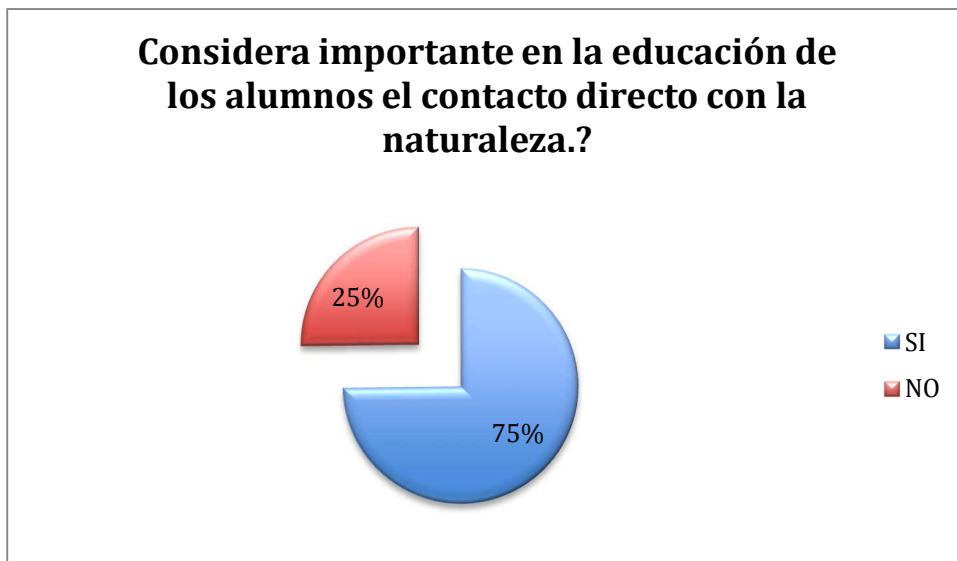
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

La alimentación de animales es la actividad que la mayoría de profesores encuestados preferiría realizar con sus alumnos seguido del ordeño con un 21%, es de gran interés el procesamiento de lácteos así como también los programas de educación ambiental impartidos en el establecimiento, con porcentajes menores se encuentra la cosecha en huertos orgánicos y la recolección de frutas.

Pregunta 4: ¿Considera importante en la educación de los alumnos el contacto directo con la naturaleza.?



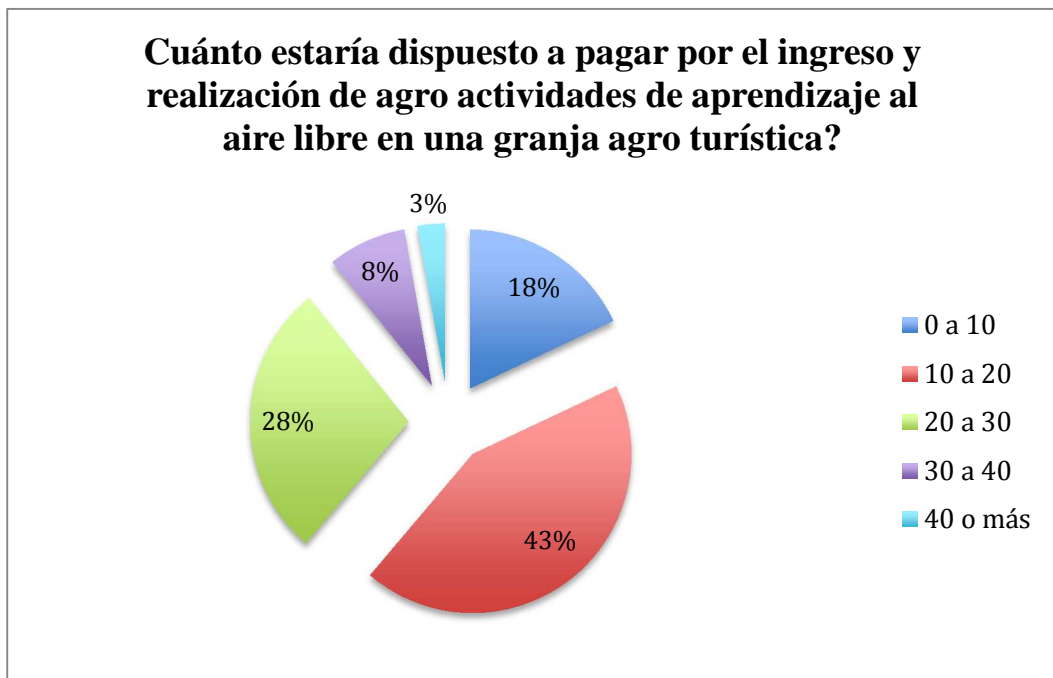
Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

Con un porcentaje de 75%, la mayoría de profesores encuestados considera que la educación al aire libre y el contacto directo con la naturaleza es fundamental dentro de la educación de los alumnos debido al favorable desarrollo de destrezas, mientras que con un porcentaje menor, existen todavía profesores que no consideran que el contacto con la naturaleza sea importante dentro de la educación de sus alumnos, manteniéndose todavía en las técnicas de enseñanza tradicionales.

Pregunta 5: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el ingreso y realización de agro actividades de aprendizaje al aire libre en una granja agro turística?



Fuente: Encuesta

Elaborado: Gabriela Zurita

Análisis

En cuanto al valor que estarían dispuestos a pagar por los productos y servicios ofrecidos en el proyecto, una gran mayoría pagaría de 10 a 20 dólares, con un porcentaje menor de 28% consideran un precio adecuado de 20 a 30 dólares y con los porcentajes menores de 0 a 10 dólares y de 30 dólares en adelante.

4.5 Segmentación del mercado

La segmentación se centra en el desarrollo y la búsqueda de las necesidades de los distintos tipos de consumidores que conforman el mercado; pues al conocerlas se encuentra la base para llevar a cabo el diseño y la planificación de las estrategias comerciales de marketing, logrando adaptar la oferta de productos y servicios de la organización a los segmentos o grupos de compradores localizados (García, 2008, p. 255). La investigación generalmente será más eficaz al estudiar un segmento específico de la población, sin embargo una estrategia de segmentación también puede involucrar dos o más segmentos donde se desarrolle un programa de mercadotecnia diferenciado para cada uno. El mencionado proceso es parte fundamental del proyecto ya que se puede conocer a fondo los requerimientos y necesidades de nuestro cliente futuro, y así poder implementar innovación o valor agregado a los productos y servicios que se ofrecen. Tener conocimiento de la demanda de nuestro cliente futuro, nos permite discernir de mejor manera sus exigencias, permitiéndole a la organización poder ir más allá de lo común a lo extraordinario.

Para determinar el perfil general del consumidor se han considerado las siguientes variables:

GEOGRAFICA	<ul style="list-style-type: none"> •El producto esta canalizado para consumidores del distrito metropolitano de Quito: norte, centro, sur y valles, tanto la zona urbana como rural. Gracias a la cercanía con la ciudad, la Granja es un lugar accesible en corto espacio de tiempo desde cualquier ubicación.
DEMOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> •El cliente óptimo, son estudiantes de escuelas de educación preescolar y básica; y familias que poseen hijos de edades comprendidas entre los 5 a 10 años de edad, que se encuentren cursando de igual manera educación preescolar y básica.
PSICOGRÁFICA	<ul style="list-style-type: none"> •En base a la encuesta realizada, el consumidor de este producto es de clase media y media alta, lleva un estilo de vida rutinario de ciudad donde no posee el suficiente contacto con la naturaleza dejándolo de lado a causa del valor pecuniario de la vida.
CONDUCTUAL	<ul style="list-style-type: none"> •El producto destinará su uso entre semana a estudiantes de educación preescolar y primaria, y el fin de semana a familias que tengan hijos de edades comprendidas entre los 5 a 15 años de edad.
PREFERENCIAL	<ul style="list-style-type: none"> •Clientes que busquen la tranquilidad de la naturaleza además de dejar a un lado la rutina que día a día les agobia, disfrutando de los paisajes y actividades que La granja ofrece, fortaleciendo las relaciones intrafamiliares.

Fuente: Encuesta

Tabla N° 1: Perfil consumidor

Elaborado: Gabriela Zurita

El segmento de mercado estará constituido por familias que tengan hijos de edades comprendidas entre los 5 a 10 años de edad, que estén cursando educación preescolar y básica. Las mismas que estén buscando actividades recreativas diferentes que les permita omitir la rutina de la ciudad a la que están atados entre semana y les posibilite compartir nuevas experiencias junto a sus hijos en un ambiente natural privilegiado. Sin dejar de lado a las instituciones educativas que busquen alternativas de aprendizaje al aire libre para sus alumnos de lunes a viernes, donde se promueva métodos de integración y trabajo en equipo en los grupos escolares.

4.6 Competencia

Al analizar la competencia se procedió con el método de investigación por observación, en el cuál se acudió a tres sitios turísticos que ofrecen servicios semejantes en el distrito metropolitano y sus alrededores. Con lo cual se obtuvo datos sobre precios, beneficios, servicios y productos, los mismos que nos permitieron tener una percepción más adecuada, con el fin de ser competitivos.

COMPETIDOR	SERVICIO	PRECIOS	PROMOCIONES	INFORMACIÓN ADICIONAL
PUMAMAKI GRANJA EDUCATIVA	Recorrido educativo ecológico en granja, alimentación de animales, observación de cultivos	Adultos 5.00 Niños 3.00 Estudiantes 2.00	Ninguna	Ubicada en Tumbaco, sector La Morita
SALPI AVENTURA	Actividades de granja, caminatas, Cosecha de productos agrícolas, Observación de Flora y fauna	Adultos 5.50 Niños 3.50 Estudiantes 2.50	Precio especial para grupos a partir de las 15 personas	Ubicada al noroccidente de la provincia de Pichincha, a 22 Km de Quito en la parroquia Nono.
ZOOLOGICO DE GUAYLLABAMBA	Observación y alimentación de animales	Adultos 4.50 Niños 3,00	Precio especial para niños de escuelas fiscales 2.00 y	Ubicado en la parroquia de Guayllabamba a 25 Km de la

	salvajes y domésticos, Cabalgatas, Observación de aves, Caminata	Estudiantes 3.50	particulares 3.00, niños menores de 3.00 no pagan entrada.	ciudad de Quito
LA GRANJA DEL TIO MARIO	Observación y alimentación de animales domésticos, Talleres de elaboración de productos propios de la zona	Adultos 6.00 Niños 4.50 Estudiantes 3.00	Por cada 10 niños un adultos gratis	Ubicado en Pomasqui, barrio Santa Rosa, a 15 minutos de la cuidad de Quito.

Tabla N° 2: Competencia

Elaborado: Gabriela Zurita

4.6.1 Análisis FODA

Fortalezas	Debilidades
<p>Área altamente turística</p> <p>Áreas atractivas para niños y jóvenes</p> <p>Variedad en oferta de servicios</p> <p>Proximidad a grandes urbes</p> <p>Instalaciones con hermosos paisajes y parajes</p>	<p>Personal no calificado en el área turística</p> <p>Falta de conocimientos administrativos al inicio.</p> <p>Inversión alta</p> <p>Rutas de acceso</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>Conciencia en la población de la importancia del cuidado de la naturaleza.</p> <p>Oferta de mano de obra en el sector familiarizada con las actividades agrícolas ganaderas.</p> <p>Cambio de la matriz productiva.</p>	<p>Situación económica del país y falta de financiamiento.</p> <p>Rechazo de las personas del sector hacia el nuevo proyecto a instalarse en el sector</p> <p>Competencia</p> <p>Fenómenos naturales</p>

Tabla N° 3: FODA

Elaborado: Gabriela Zurita

4.6.2 Matriz de estrategias FODA

MATRIZ ESTRATÉGICA FODA	FORTALEZAS	DEBILIDADES
	<p>Área altamente turística Áreas atractivas para niños y jóvenes Variedad en oferta de servicios Proximidad a grandes urbes Ambiente natural con hermosos paisajes y parajes</p>	<p>Personal no calificado en el área turística Falta de conocimientos administrativos al inicio. Inversión alta</p>
OPORTUNIDADES	ESTRATEGIAS FO	ESTRATEGIAS DO
<p>Conciencia en la población de la importancia del cuidado de la naturaleza. Oferta de mano de obra en el sector familiarizada con las actividades agrícolas ganaderas. Cambio de la matriz productiva.</p>	<p>El proyecto al estar ubicado en un sector altamente turístico, la mano de obra con la se cuenta es propia de la zona y poseen además basto conocimiento sobre actividades agrícolas y ganadera. Al ofrecer gran variedad de servicios y actividades características de la zona en un ambiente natural con paisajes inigualables se fomenta el cuidado hacia la naturaleza y se crea conciencia en los visitantes de la preservación del medio ambiente.</p>	<p>A pesar de no contar con personal calificado en el área turística, el proyecto cuenta con personal con conocimientos en actividades agro-ganaderas las mismas que serán la base de la oferta del mismo, se capacitará al personal periódicamente en actividades turísticas, servicio al cliente y temas administrativos. Con una inversión sumamente alta se pretende consolidar el proyecto al cambio de la matriz productiva donde se procura impulsar el mismo dentro del turismo bajo los siguientes pilares: Seguridad, para generar confianza; Calidad, para generar satisfacción de excelencia; Conectividad, para generar eficiencia; Destinos y productos, para generar diferenciación; y, Promoción, para generar demanda (MINTUR 2014).</p>
AMENAZAS	ESTRATEGIAS FA	ESTRATEGIAS DA
<p>Situación económica del país y falta de financiamiento. Rechazo de las personas del sector hacia el nuevo proyecto a instalarse. Competencia Fenómenos naturales</p>	<p>La competencia en este segmento de turismo es alta, sin embargo el poder brindar un ambiente natural con parajes distintos a lo que la competencia ofrece siendo de igual manera próximo de a la ciudad y poder ofrecer gran variedad de servicios, es un plus que nos diferencia de la misma. Al ser un área donde el turismo se está desarrollando rápidamente es posible cambiar la mentalidad de las personas, demostrando que la industria es una fuente generadora de empleo y promueve la mejora de la situación económica de la población.</p>	<p>Es importante contar con los recursos necesarios ante el acontecimiento de un eventual fenómeno natural, procurando mantener siempre un stock de productos perecibles y no perecibles tanto para consumo humano y animal, así como también productos de aseo. Elaborar plan de emergencia y definir responsabilidades. Generar fuentes de trabajo para los pobladores de la parroquia Rumipamba.</p>

Tabla N° 4: Estrategias FODA

Elaborado: Gabriela Zurita

4.7 Características del emprendimiento

Para que el proyecto tenga éxito es importante planear con anterioridad los gastos que se van a realizar a fin de poder lograr la creación de nuestra granja agro turística; Philip Kotler presenta una valiosa herramienta al desarrollar su famoso modelo de las 4 P que abarca factores importantes como el Producto, la Plaza, el Precio y la Promoción para que un proyecto tenga una imagen y un diseño que atraiga al segmento deseado.

Las 4P están compuestas por los siguientes factores:

- ✓ Necesidad genérica y derivada
- ✓ Fases estratégicas
- ✓ Jerarquía de producto
- ✓ Decisiones estratégicas
- ✓ Valor de marca

4.7.1 Producto

La granja agro turística presenta cuatro productos específicos en los que basa su operación: La granja, El huerto, Kitchen for kids, El restaurante, senderos y Laguna; diferenciando al establecimiento de la competencia directa e indirecta, ofreciendo al mercado productos y servicios de calidad, conjugando elementos tangibles e intangibles, haciendo de la visita a la granja una experiencia enriquecedora. El establecimiento tiene una dimensión de 5 hectáreas, donde se encuentran los diferentes ambientes de aprendizaje, donde se puede recibir simultáneamente a 80 personas diarias para realizar las diferentes actividades programadas dentro de los paquetes propuestos.

❖ LA GRANJA

Lugar en el cual se encuentran diferentes especies de animales domésticos donde se pueden realizar varias actividades propias de la granja, propiciando el aprendizaje y cuidado del medio ambiente mediante la exploración, observación y experimentación del entorno natural.

ANIMAL	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Vaca	2	\$1.300,00	\$2.600,00
Caballo	1	\$1.400,00	\$1.400,00
Gallina	6	\$15,00	\$90,00
Gallo	2	\$20,00	\$40,00
Pato	4	\$60,00	\$240,00
Chanco	1	\$80,00	\$80,00
Oveja	2	\$120,00	\$240,00
Cuy	6	\$8,00	\$48,00
Conejo	6	\$15,00	\$90,00
Perro	2	\$350,00	\$700,00
Burro	1	\$450,00	\$450,00
Avestruz	3	\$600,00	\$1.800,00
Cabra	2	\$240,00	\$480,00
		TOTAL	\$8.258,00

Tabla N° 5: Animales de granja

Elaborado: Gabriela Zurita

	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Corral Vaca	1	\$450,00	\$450,00
Corral Caballo	1	\$450,00	\$450,00
Gallinero	1	\$350,00	\$350,00
Chanchera	1	\$750,00	\$750,00
Corral Ovejas	1	\$400,00	\$400,00
Cuyera	1	\$350,00	\$350,00
Conejera	1	\$350,00	\$350,00
Corral Burro	1	\$400,00	\$400,00
Corral Avestruz	1	\$400,00	\$400,00
Corral Cabras	1	\$400,00	\$400,00
Urinario	2	\$50,00	\$100,00
Inodoro	4	\$80,00	\$320,00
Lavabo	4	\$40,00	\$160,00
Basurero	4	\$15,00	\$60,00
Establo y Bodega para alimento	1	\$12.000,00	\$12.000,00
Letreros informativos	15	\$7,50	\$112,50
		TOTAL	\$17.052,50

Tabla N° 6 : Elementos granja

Elaborado: Gabriela Zurita

ALIMENTO	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Pacas de heno	100	\$5,00	\$500,00
Balanceado para aves 40 KG	3	\$22,00	\$66,00
Balanceado para cerdos 40 KG	1	\$30,00	\$30,00
Balanceado para bovinos 40 KG	3	\$35,00	\$105,00
Balanceado para Equinos 40 KG	2	\$35,00	\$70,00
Balanceado para cuyes y conejos 40 KG	3	\$22,00	\$66,00
Balanceado para peces 40 KG	3	\$20,00	\$60,00
Balanceado para ovinos 40 KG	3	\$28,00	\$84,00
Balanceado para caprinos 40 KG	1	\$28,00	\$28,00
		TOTAL	\$1.009,00

Tabla N° 7: Alimentos animales (Gasto mensual)

Elaborado: Gabriela Zurita

✓ **Propósitos**

- Tener contacto cercano con los animales siendo parte de su alimentación y cuidado.
- Comprender la influencia que tienen los animales en su vida diaria gracias a la producción de alimentos y otros productos.
- Realizar actividades ecuestres, acuáticas, pastoreo, ordeño, recolección de huevos, caminatas, observación de aves.

✓ **Reglas para el visitante**

- Los visitantes realizarán el recorrido de la granja en grupos de hasta 10 personas como máximo.
- Se seguirán las instrucciones proporcionadas por el guía responsable del grupo para la realización de cada una de las actividades.
- Se entregará en cada uno de los corrales el respectivo tipo de alimento.
- No es permitido tocar ni acercarse a los animales sin la autorización y compañía del guía responsable.



Gráfico No. 3: Establo

Elaborado: Gabriela Zurita

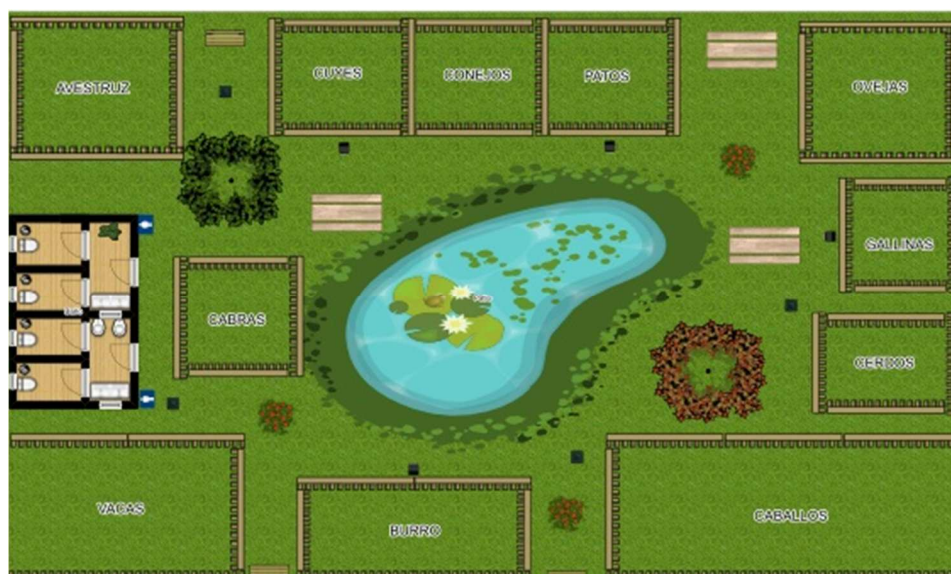


Gráfico No. 4: Distribución granja

Elaborado: Gabriela Zurita

❖ EL HUERTO

Un lugar apto para la siembra y cosecha de frutas, verduras y vegetales propios de la sierra andina, donde los visitantes puedan interactuar con los sembríos adquiriendo varios conocimientos como la importancia de los cultivos dentro de su alimentación diaria, además de aprender a valorar el entorno natural que les brinda alimentos ricos en proteínas, vitaminas y minerales que les proporciona un crecimiento fuerte y sobre todo sano.

PRODUCTO	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Papa (qq)	1	\$10,00	\$10,00
Pimiento 200gr	1	\$2,00	\$2,00
Lechuga 200 gr	1	\$2,00	\$2,00
Tomate 200 gr	1	\$5,00	\$5,00
Cebolla 200 gr	1	\$3,00	\$3,00
Chocho 200 gr	1	\$5,00	\$5,00
Zanahoria 200 gr	1	\$3,00	\$3,00
Brócoli 200 gr	1	\$3,00	\$3,00
Manzana (árbol)	4	\$12,00	\$48,00
Pera (árbol)	4	\$12,00	\$48,00
Durazno (árbol)	4	\$15,00	\$60,00
Frutilla 200 gr	1	\$7,00	\$7,00
Limón (árbol)	4	\$15,00	\$60,00
		TOTAL	\$256,00

Tabla N° 8: Productos de siembra

Elaborado: Gabriela Zurita

HERRAMIENTA	CANTIDAD	PRECIO	TOTAL
Pala	10	\$15,00	\$150,00
Azadón	1	\$18,00	\$18,00
Hoz	3	\$15,00	\$45,00
Rastrillo	10	\$12,00	\$120,00
Tijeras de podar	2	\$12,00	\$24,00
Regadera	10	\$18,00	\$180,00
Carretilla	5	\$25,00	\$125,00
Letreros informativos	15	\$7,50	\$112,50
		TOTAL	\$774,50

Tabla N° 9: Herramientas para sembrar y cosechar

Elaborado: Gabriela Zurita

✓ **Propósitos**

- Ser parte de procesos como la siembra y cosecha de productos, riego de sembríos, trasplantar de un lugar a otro, retirar la maleza, conocer las plagas e insectos que afectan o que favorecen al desarrollo del sembrío.
- Analizar las propiedades alimenticias que poseen los alimentos sembrados en el huerto, y como influyen de manera positiva en el crecimiento y desarrollo de actividades como jugar, aprender, pensar, moverse, divertirse y ser sobre todo niños saludables.

✓ **Reglas para el visitante**

- Es obligatorio el uso apropiado de las herramientas dentro del huerto, así como también una vez finalizada la actividad deben ser entregadas en buenas condiciones.
- Está prohibido arrojar basura o cualquier tipo de objeto dentro de los sembríos, o fuera de los lugares habilitados para ello.
- Los visitantes deberán seguir las rutas marcadas por letreros informativos o por donde el guía responsable de la actividad señale, para evitar pisar los cultivos.
- La cosecha tanto de verduras como frutas deberá realizarse bajo supervisión y guía del responsable del grupo, no de manera arbitraria.



Gráfico No. 5: Distribución huerto

Elaborado: Gabriela Zurita

❖ KITCHEN FOR KIDS

Una vez visitado la granja y el huerto, ofrecemos un lugar donde acompañado por los mejores tutores, los pequeños tienen la oportunidad de participar en actividades donde pueden elaborar alimentos con los productos que cosecharon en el huerto. Permitiendo de esta manera aprender y descubrir de forma entretenida platillos fáciles de preparar.

UTENSILIO	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Cocina con horno	1	\$650,00	\$650,00
Refrigeradora	1	\$400,00	\$400,00
Licuada	1	\$85,00	\$85,00
Batidora	1	\$80,00	\$80,00
Microondas	1	\$140,00	\$140,00
Pelador de papas	1	\$2,75	\$2,75
Extractor de olores	1	\$210,00	\$210,00
Cuchillo	4	\$5,00	\$20,00
Cucharon	4	\$3,00	\$12,00
Cucharas	10	\$0,55	\$5,50
Tabla para picar	6	\$7,00	\$42,00
Pinza	4	\$1,75	\$7,00
Colador	2	\$1,50	\$3,00
Rayador	1	\$3,50	\$3,50
Abre latas	1	\$2,00	\$2,00
Exprimidor de limones	1	\$2,50	\$2,50
Espumadera	4	\$3,00	\$12,00
Escurridor	2	\$7,00	\$14,00
Bowl	8	\$9,00	\$72,00
Molde	5	\$10,50	\$52,50
Lata	3	\$9,50	\$28,50
Mesón acero inoxidable	4	\$350,00	\$1.400,00
Taburetes	10	\$50,00	\$500,00
Pizarra	1	\$40,00	\$40,00
Marcador	3	\$1,50	\$4,50
Lavabo	1	\$800,00	\$800,00
		TOTAL	\$4.588,75

Tabla N° 10: Utensilios Taller

Elaborado: Gabriela Zurita

✓ Propósitos

- Preparación de recetas sencillas como ensaladas, postres, tortillas, croquetas, helados, galletas, pan, pasteles, gelatinas, pizzas, lasagnas, chocolates.
- Hacer de las clases de cocina momentos divertidos donde los pequeños comprendan que todos los alimentos son importantes para su crecimiento y logren consumirlos con una preparación adecuada, apetitosa y entretenida.

✓ Reglas para el visitante

- Los visitantes podrán participar de los talleres en grupos de hasta diez personas como máximo.
- Es obligatorio el uso de malla de cabello y delantal, así como el lavado y desinfección de manos.
- Las actividades dentro del taller se realizarán bajo las indicaciones del tutor encargado, no por iniciativa propia.
- Al finalizar las actividades, se procederá a entregar los utensilios limpios y en buenas condiciones, así como el taller como se lo recibió.

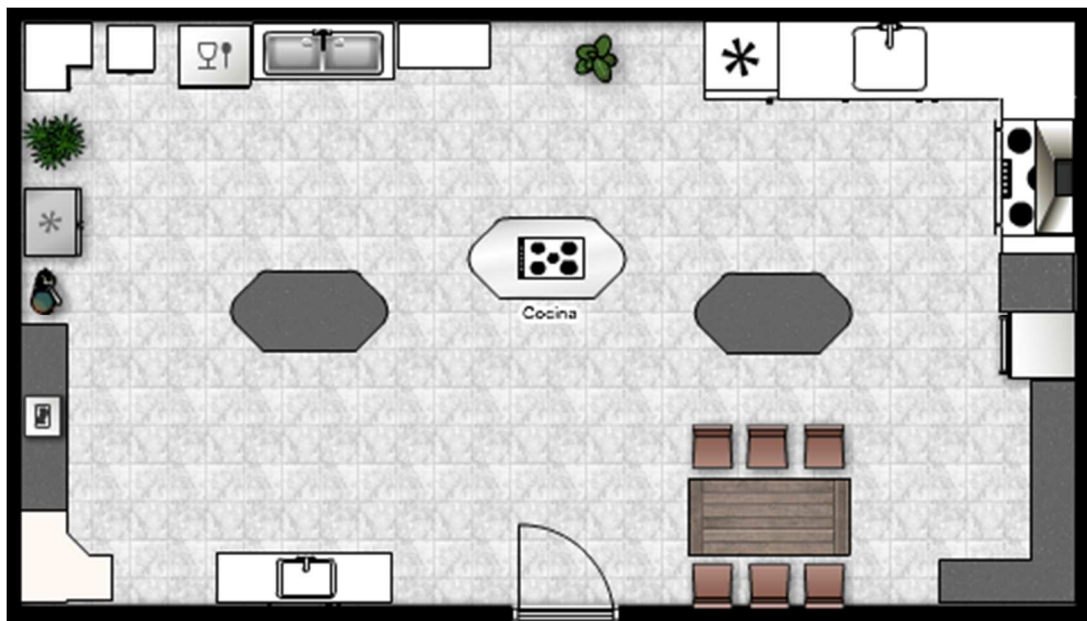


Gráfico No. 6: Distribución taller de cocina

Elaborado: Gabriela Zurita

❖ RESTAURANTE

Un lugar donde los visitantes podrán disfrutar de platos tradicionales de la zona en el mejor ambiente, buscando exceder las expectativas de los clientes ofreciendo una experiencia gustativa inigualable. En el cual se ofrecerá un menú diferente de tres cursos (entrada, plato fuerte y postre) cada día, elaborado con los productos obtenidos en la granja, realizado en base a recetas estándar previamente elaboradas (ANEXO1).



Gráfico No. 7: Menú prototipo restaurante

Elaborado: Gabriela Zurita

ARTÍCULO	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Cuchara	100	\$0,35	\$35,00
Cucharita	100	\$0,20	\$20,00
Cuchillo	100	\$0,35	\$35,00
Tenedor	100	\$0,35	\$35,00
Vaso highball	100	\$0,60	\$60,00
Vaso old fashion	100	\$0,50	\$50,00
Vaso cerveza	60	\$0,80	\$48,00
Taza	100	\$1,20	\$120,00
Plato sopero	100	\$1,40	\$140,00
Plato llano	100	\$1,65	\$165,00
Plato pan	100	\$1,20	\$120,00
Plato taza	100	\$1,20	\$120,00
Plato postre	100	\$1,20	\$120,00
Mantel base	32	\$9,50	\$304,00
Cubre mantel	48	\$12,00	\$576,00
Servilletas	100	\$3,00	\$300,00
Salero	20	\$1,80	\$36,00
Pimentero	20	\$1,80	\$36,00
Ajicero	20	\$1,20	\$24,00
Florero	20	\$2,50	\$50,00
Urinario	2	\$50,00	\$100,00
Inodoro	4	\$80,00	\$320,00
Lavabo	4	\$40,00	\$160,00
Basurero	4	\$15,00	\$60,00
Mesa	16	\$110,00	\$1.760,00
Silla	64	\$21,00	\$1.344,00
		TOTAL	\$6.138,00

Tabla N° 11: Menaje restaurante (Capacidad máxima 64 PAX.)

Elaborado: Gabriela Zurita

ARTÍCULO	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Cocina industrial	1	\$1.340,00	\$1.340,00
Parrilla	1	\$550,00	\$550,00
Freidora	1	\$280,00	\$280,00
Sartén	3	\$35,00	\$105,00
Olla de presión	1	\$60,00	\$60,00
Olla	5	\$45,00	\$225,00
Licuadora	1	\$85,00	\$85,00
Batidora	1	\$80,00	\$80,00
Refrigeradora	1	\$400,00	\$400,00
Procesador de alimentos	1	\$89,00	\$89,00
Microondas	1	\$140,00	\$140,00
Pelador de papas	2	\$2,75	\$5,50
Extractor de olores	1	\$210,00	\$210,00
Cuchillo	5	\$5,00	\$25,00
Cucharon	5	\$3,00	\$15,00
Cuchara	10	\$0,55	\$5,50
Cucharita	10	\$0,25	\$2,50
Espátula	5	\$4,00	\$20,00
Trinche	5	\$3,00	\$15,00
Pinza	5	\$1,75	\$8,75
Colador	3	\$1,50	\$4,50
Rayador	2	\$3,50	\$7,00
Abre latas	1	\$2,00	\$2,00
Exprimidor de limones	2	\$2,50	\$5,00
Espumadera	3	\$3,00	\$9,00
Escurreidor	3	\$7,00	\$21,00
Bowl	12	\$9,00	\$108,00
Molde	5	\$10,50	\$52,50
Lata	3	\$9,50	\$28,50
Tablas de picar	6	\$7,00	\$42,00
Mesón de acero inoxidable	6	\$350,00	\$2.100,00
		TOTAL	\$6.040,75

Tabla N° 12 : Equipo y utensilios cocina

Elaborado: Gabriela Zurita

✓ **Reglas para el visitante**

- El visitante deberá cancelar su orden una vez finalizado el consumo, por todos los extras que pudieran existir.
- En el caso de encontrarse el restaurante al máximo de su capacidad los clientes deberán esperar un lapso de 10 a 15 minutos para poder ingresar.
- Los clientes no podrán ingresar alimentos y bebidas del exterior, todos los consumos se realizarán dentro del restaurante.

- Se aceptará como forma de pago: efectivo, tarjetas de crédito (Diners, Visa, MasterCard, Amex), tarjeta de débito, no se aceptarán cheques.



Gráfico No. 8: Distribución restaurante

Elaborado: Gabriela Zurita

❖ SENDEROS Y LAGUNA

Adicionalmente se ofrecerán caminatas por senderos naturales donde se podrá observar fauna, aves y flora propias del lugar; además los visitantes podrán disfrutar de paseos en bote en la laguna en compañía de patos.

	CANTIDAD	PRECIO	SUBTOTAL
Letreros informativos	15	\$7,50	\$112,50
Bote a pedal	4	\$1.250,00	\$5.000,00
Pasamanos	15	\$45,00	\$675,00
		TOTAL	\$5.787,50

Tabla N° 12 : Senderos y laguna

Elaborado: Gabriela Zurita



Gráfico No. 9: Granja La Moca

Elaborado: Gabriela Zurita

✓ Necesidad genérica y derivada

- **Necesidad genérica**

La Granja Educativa “La Moca” será una empresa proveedora de servicios agroturísticos, que permitirá a las familias realizar actividades relacionadas con una granja sin alejarse de la ciudad, por lo que la necesidad genérica del proyecto es retomar la costumbre de comer sanamente sin químicos, regresar a las costumbres de cultivar nuestros alimentos y de esta manera también fomentar el cuidado hacia la naturaleza en las personas que visiten y formen parte del establecimiento .

- **Necesidades derivada**

La Granja Educativa “La Moca” constituye un factor importante para el óptimo discernimiento y desarrollo de la relación entre padres e hijos en el campo,

ofreciendo diferentes actividades, las mismas que pueden ser realizadas conjuntamente, promoviendo el cuidado hacia la naturaleza y el desarrollo cognitivo y emocional de los más pequeños.

✓ Fases estratégicas del producto

Las dimensiones que se deben analizar para ofertar un producto son:

- Beneficio sustancial o la base de la necesidad del cliente y que le impulsa a adquirir el producto, este beneficio sustancial se convierte en un producto genérico para posteriormente transformarse en un producto esperado.
- En esta dimensión se crea el producto agregado que a decir de Kotler (2006) “es aquel que incorpora una serie de servicios y beneficios que distinguen la oferta de una empresa de sus competidores”. En el producto agregado se centran las actividades competitivas del mercado.
- Beneficio esencial: esparcimiento y aprendizaje
- Producto genérico: Actividades agroturísticas enfocada a familias con niños de educación inicial básica y media; en las que se incluye cabalgatas, ordeño de vacas y cabras, alimentación animales de corral, pesca, cultivo y cosecha de productos agrícolas y frutales de la zona.
- Producto esperado: Servicio agroturístico.
- Producto agregado: Capacitación por parte de empleados, máxima seguridad.
- Producto potencial: Contacto directo con actividades diarias de una granja.

✓ Jerarquía del producto

Kotler explica que “la Jerarquía del producto es una clasificación que va desde las necesidades básicas hasta el producto concreto que lo satisface”.

- **Familia de necesidades:** Entretenimiento y recreación
- **Familia de productos:** Productos que contribuyen a relacionarse con el medio ambiente a través del entretenimiento, aprendizaje y recreación en actividades de granja.
- **Clase de producto:** Turístico y educativo

- **Línea de producto:** Agro turística
- **Tipo de producto:** Granja agro turística
- **Marca:** Granja “ La Moca ”
- **Artículos:** Actividades de educación, recreación y ocio

✓ **Clasificación del producto**

La Granja Educativa La Moca , será una empresa que fomenta el aprendizaje al aire libre proporcionando experiencias prácticas, actividad física y crecimiento social y emocional. Complementando lo estudiado en las aulas de clases; promoviendo también en las familias con niños el esparcimiento al aire libre, manteniendo de esta manera un estrecho contacto con la naturaleza a través de actividades agro turísticas en un espacio amplio con el fin de impulsar el cuidado hacia la misma, así como también hacia la flora y fauna que en ella habitan y son parte fundamental del ecosistema.

✓ **Decisiones estratégicas**

Para la propuesta de mercado se han determinado las siguientes estrategias:

- Añadir al servicio características, atributos, beneficios, mejoras, que lo diferencien del mercado objetivo y cumplan con las expectativas de los clientes
- Establecer línea de productos complementarios relacionados con el agroturismo.
- Incrementar la gama de servicios dispuestos para los clientes.
- Ofrecer servicios adicionales como alimentación y talleres para los clientes interesados.
- Capacitar e impulsar al recurso humano que se relaciona directamente con los clientes a través de la implementación del marketing interno.
- Invertir en una eficiente planeación de recursos humanos que permita establecer el equipo de trabajo impecable para cumplir con las necesidades y objetivos de la empresa
- Generar valor agregado poniendo en práctica el marketing interactivo por medio de una atención y servicio al cliente óptimo y de calidad.
- Conocer el nivel de satisfacción del cliente antes, durante y después del uso del servicio por medio del uso de herramientas cuantitativas y cualitativas que permitan su evaluación .

- Manejarse bajo estándares de calidad mismos que permitan rebasar las expectativas del producto y servicio ofertado por parte del mercado objetivo.
- Adaptar los productos y servicios a las necesidades particulares de los clientes.

4.7.2 Precio

La fijación de precios para el proyecto se basó en el análisis de costos, precio de la competencia y el valor que están dispuestos a gastar los clientes en una salida familiar el fin de semana, éste último basado en la investigación de mercado. El análisis del costo se determinó a través del costo del servicio, incrementando gastos de movilización, administrativos, ventas, publicitarios, penetración de marca y operativos.

El segundo factor que se analizó para establecer el precio, son los establecidos por la competencia. La rivalidad interna en el mercado del agroturismo en el Distrito Metropolitano de Quito es alta, sin embargo el mercado meta es atractivo debido a que la demanda incrementó en los últimos años por factores como la aparición de nuevos nichos de mercado y consumidores que cada vez son más exigentes y difíciles de satisfacer.

El último factor que se utilizó para establecer el precio es la investigación de mercado, donde a través de la aplicación de la encuesta se pudo determinar que el 60% de personas encuestadas está dispuesto a pagar de 30 en adelante en cada salida familiar el fin de semana. Para tener mayor alcance dentro de nuestro mercado objetivo, se ha planteado ofrecer paquetes especiales de acuerdo a cada nicho de nuestra demanda, que incluyen productos y servicios por un valor global; para el segmento familiar de fin de semana se crearon dos paquetes de acuerdo a las necesidades que se busca satisfacer dentro del mismo; y como estrategia para la empresa se ha planteado dos paquetes adicionales, los mismos que se venderán de lunes a viernes para el segmento escolar y de esta manera se conseguirá explotar las instalaciones los siete días de la semana consiguiendo aumentar las ganancias para la empresa.

✓ **Paquetes Especiales**

Paquete Escolar Express Lunes - Viernes \$12.00	•Actividades dedicadas para estudiantes que visiten la granja cualquier día entre semana dentro de excursiones escolares; el paquete incluye visita a la granja y al huerto, alimentación de animales, ordeño de vacas, recolección de huevos, cabalgata, siembra y cosecha de vegetales y frutas, incluye refrigerio.
Paquete Escolar Full Lunes - Viernes \$32.00	•Paquete completo para estudiantes que visiten la granja de lunes a viernes, incluye visita a la granja y huerto, alimentación de animales, ordeño de vacas, recolección de huevos, siembra y cosecha de vegetales y frutas, participación en los talleres de cocina, cabalgata y paseo en la laguna en botes, incluye refrigerio y almuerzo.
Paquete Fin de Semana Express \$28.00	•Actividades dedicadas a familias que visiten la granja durante el fin de semana; el paquete incluye visita a la granja y al huerto, alimentación de animales, ordeño de vacas, recolección de huevos, cabalgata, siembra y cosecha de vegetales y frutas, incluye refrigerio y almuerzo..
Paquete Fin de Semana Full \$32.00	•Paquete completo para familias que visiten la granja durante el fin de semana, visita a la granja y huerto, alimentación de animales, ordeño de vacas, recolección de huevos, siembra y cosecha de vegetales y frutas, participación en los talleres de cocina, cabalgata y paseo en la laguna en botes, incluye refrigerio y almuerzo.

Tabla N° 13: Lista de paquetes

Elaborado: Gabriela Zurita

(Todos los paquetes incluyen la entrada al establecimiento e IVA)

En base a lo mencionado anteriormente, el valor de venta de los paquetes se estableció en base a las condiciones del mercado externo y a la competencia existente en los alrededores del distrito metropolitano de Quito, donde tanto productos y servicios se venden por separado según el requerimiento del cliente, mientras que dentro del proyecto se ofrecen diferentes paquetes que incluyen varias actividades donde el cliente puede disfrutar de una experiencia inigualable, evitándose el estar cancelando un valor por cada actividad que desearía realizar. Dentro de la fijación de los mismos se ponderó una combinación óptima de consideraciones en cuanto a costes y demanda, estimando un porcentaje de ganancia del 50%.

PAQUETE ESCOLAR EXPRESS	CANTIDAD	PRECIO UNI.	TOTAL
Balanceado para animales 20 gr c/u	13	\$0,0006	\$0,01
Semillas para siembra 2 tipos	2	\$0,0100	\$0,02
Cabalgata	1	\$1,00	\$1,00
Ordeño y recolección de huevos	2	\$1,00	\$2,00
Refrigerio	1	\$3,00	\$3,00
Precio incluye paseo en bote y caminata por senderos	COSTO		\$6,03
	TOTAL		\$12,00

Tabla N° 14: Paquete escolar EXPRESS

Elaborado: Gabriela Zurita

PAQUETE ESCOLAR FULL	CANTIDAD	PRECIO UNI.	TOTAL
Balanceado para animales 20 gr c/u	13	\$0,0006	\$0,01
Semillas para siembra 2 tipos	2	\$0,0100	\$0,02
Cabalgata	1	\$1,00	\$1,00
Ordeño y recolección de huevos	2	\$1,00	\$2,00
Talleres de cocina	1	\$2,00	\$2,00
Refrigerio	1	\$3,00	\$3,00
Almuerzo	1	\$7,90	\$7,90
Precio incluye paseo en bote y caminata por senderos	COSTO		\$15,93
	TOTAL		\$32,00

Tabla N° 15: Paquete escolar FULL

Elaborado: Gabriela Zurita

PAQUETE FIN DE SEMANA EXPRESS	CANTIDAD	PRECIO UNI.	TOTAL
Balanceado para animales 20 gr c/u	13	\$0,0006	\$0,01
Semillas para siembra 2 tipos	2	\$0,0100	\$0,02
Cabalgata	1	\$1,00	\$1,00
Ordeño y recolección de huevos	2	\$1,00	\$2,00
Refrigerio	1	\$3,00	\$3,00
Almuerzo	1	\$7,90	\$7,90
Precio incluye paseo en bote y caminata por senderos	COSTO		\$13,93
	TOTAL		\$28,00

Tabla N° 16: Paquete fin de semana EXPRESS

Elaborado: Gabriela Zurita

PAQUETE FIN DE SEMANA FULL	CANTIDAD	PRECIO UNI.	TOTAL
Balanceado para animales 20 gr c/u	13	\$0,0006	\$0,01
Semillas para siembra 2 tipos	2	\$0,0100	\$0,02
Cabalgata	1	\$1,00	\$1,00
Ordeño y recolección de huevos	2	\$1,00	\$2,00
Talleres de cocina	1	\$2,00	\$2,00
Refrigerio	1	\$3,00	\$3,00
Almuerzo	1	\$7,90	\$7,90
Precio incluye paseo en bote y caminata por senderos	COSTO		\$15,93
	TOTAL		\$32,00

Tabla N° 17: Paquete fin de semana FULL

Elaborado: Gabriela Zurita

4.7.3 Plaza

“Plaza son todas aquellas actividades de la empresa que ponen el producto a disposición del mercado y lo hacen accesible” (Kotler, Dirección de Marketing Duodécima Edición , 2006, p. 383). Comprende los diferentes medios y actividades que la empresa utiliza y promueve para que el producto sea accesible y esté a disposición del consumidor final (Kotler, Dirección de mercadotecnia Octava Edición, 2001, p. 16). La colocación del producto y servicio dentro del mercado objetivo, se realiza con la finalidad de alcanzar un alto grado de posicionamiento en relación a otros establecimientos de similares características.

Por las características del proyecto, se establece un canal de venta directa enfocado bajo el concepto de “venta al detalle”, pues el proyecto se enfoca en ofrecer el servicio turístico y de enseñanza desarrollado dentro de una granja agro turística de aprendizaje al aire libre para niños. “Un canal detallista o venta al detalle es una empresa mercantil cuya finalidad primaria es vender al consumidor final un producto o servicio para uso personal, no comercial” (Stanton, 2000, p. 351).

El proyecto propone un servicio de granja agroturística de aprendizaje al aire libre para familias con niños y estudiantes de educación preescolar y básica, situado en la parroquia Rumipamba ubicada en el cantón Rumiñahui, el mismo que ofrecerá al turista las condiciones necesarias para que su estadía sea agradable mientras disfruta de los servicios de actividades agroturísticas y busque además:

- Tranquilidad y relajación
- Contacto con la naturaleza
- Hospitalidad de la gente
- Aprendizaje del entorno rural
- Actividades de cuidado de animales de granja y cultivos

La categoría del establecimiento no se encuentra estipulada en el reglamento hotelero vigente en el Ecuador. Según la propuesta, y de acuerdo al artículo nº 5 del segundo capítulo de la Ley de Turismo, se realizará una actividad turística desarrollada por una persona jurídica que se dedicará a la prestación remunerada a actividades de alojamiento y servicio de alimentos y bebidas que sean adecuados para el desarrollo de un turismo sustentable dentro del espacio rural.

✓ **Decisiones estratégicas.**

La estrategia de plaza, tiene que ver con actividades que tienen como objetivo proporcionar al cliente los servicios de la empresa que involucran variables como logística, transporte, inventarios y canales de distribución , buscando complacer sus necesidades.

- Ofrecer al cliente varias formas de pago para evitar contratiempos y mejorar su experiencia a través de transferencias bancarias, tarjetas de crédito, tarjetas de débito y efectivo, el pago se deberá realizar en su totalidad antes de realizar la visita.
- Establecer convenios con instituciones educativas y agencias de viajes para poder llegar de forma directa al cliente con los productos y servicios que se ofrecen en la Granja.
- Se requiere una reserva previa para asegurar los cupos para las actividades de todos los participantes en los 8 horarios dispuestos, de no realizar la reserva previa, se actuará de acuerdo a disponibilidad.
- A través de la página Web se promocionará productos y servicios además de ofrecer varias promociones para grupos y familias.
- Se colocará vallas publicitarias en la ciudad de Quito y valles con varias especificaciones de lo que Granja La Moca ofrece.
- Publicidad en redes sociales y en la Web con descuentos, además de trípticos que serán entregados en instituciones educativas donde se pueden abarcar los dos segmentos educativo y familiar.

4.7.4 Promoción (canales de distribución)

✓ Eslogan

“La emoción de vivir la naturaleza en vivo”

✓ Logotipo

El logotipo dentro de una empresa es la imagen a vender al público, la cual abarca el significado y objetivo del negocio ; al ser nuestro público predilecto los niños es necesario presentar un logotipo atractivo y memorable .

En la etapa de niñez al ser humano se le facilita recordar más la imágenes que las palabras, bajo esta teoría hemos creado nuestro logotipo el cual está representado por la vaca la cual es generalmente la preferida de los animales de granja entre los niños y además es el animal representativo de la zona, creando así un logotipo mixto , ya que también lleva grabado el nombre del establecimiento .



Gráfico N°. 10 Logotipo

Elaborado: Gabriela Zurita

✓ **Estrategias de entrada y crecimiento (Estrategias de mercado)**

Para que nuestro establecimiento tenga una entrada adecuada y un crecimiento en el mercado se decidió realizar las siguientes actividades las mismas que nos ayudaran a posicionarnos adecuadamente en el mercado.

- Elaboración página web granja
- Publicidad vía mail a las instituciones educativas
- Elaboración de trípticos
- Preparación de video promocional para instituciones educativas
- Visitas a Instituciones educativas con material promocional
- Vallas publicitarias

Estas estrategias se aplicarán para cumplir con el macro mercado mientras que para el micro mercado se tomara en cuenta estrategias a nivel interno de empresa lo que creara una ventaja competitiva frente a los establecimientos de la misma categoría.

✓ **Decisiones estratégicas**

“Promoción de las diferentes actividades que la empresa realiza para comunicar las excelencias de sus productos y persuadir a los clientes objetivos para su

adquisición”. (Kotler, 2001). La promoción son estrategias que la empresa aplica para incrementar el nivel de ventas así como también para dar a conocer productos.

Para conseguir que el producto llegue satisfactoriamente al cliente se estableció los siguientes canales de distribución estableciendo como canal principal el Internet.

- **Redes sociales**

Hoy en día aplicaciones como Facebook e Instagram, son una de las herramientas más utilizadas por las personas para poder relacionarse con otros y también tener acceso a información acerca de varios temas de interés común como el entretenimiento; por lo que el establecimiento contará con cuentas en las dos redes sociales a través de las cuales podrá promocionar sus productos y servicios de una forma interactiva, además de llegar a sus clientes potenciales de una forma más rápida y concreta.

- **TripAdvisor**

Para poder llegar a un mayor número de clientes cuyas preferencias se idealicen en los productos y servicios ofrecidos en el establecimiento, es importante la imagen que se pueda obtener de las personas que ya hayan visitado el lugar y hayan podido vivir la experiencia, por lo cual TripAdvisor es una plataforma que nos permitirá llegar a miles de personas por los comentarios que se presenten en la misma, procurando que sean siempre los mejores.

En la promoción de los productos de la granja se utilizarán los siguientes medios:

- Ofertar el servicio a instituciones educativas del distrito metropolitano de quito vía internet o vallas publicitarias.
- Se otorgará un ingreso gratis a los profesores que acompañen a los alumnos y en caso de familias se ofrecerá un descuento.
- Creación de un sitio web donde se aprecie toda la información de la granja incluyendo paquetes promocionales , actividades y horarios
- Publicidad en folletos, anuncios en revistas y periódicos.
- Publicidad mediante medios de comunicación visual y auditiva.

CAPITULO V: Estudio Financiero

El estudio financiero es un análisis que nos permite conocer si un proyecto es o no viable; son varios indicadores financieros los que nos posibilitan tener una noción financiera real del proyecto y nos facilita la toma de decisiones en cuanto a invertir o no en un establecimiento rentable en el futuro (Miranda 2005).

5.1 Inversión inicial

La inversión inicial es la estimación aproximada del presupuesto concreto que va a requerir un proyecto para su operación (Coss Bu 2005). Una vez analizado el mercado y habiendo definido el segmento en el cual se desarrollará el proyecto, se ha determinado la inversión necesaria para iniciar la operación del establecimiento.

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS	\$261.084,50
Infraestructura	\$153.320,00
Terreno	\$52.500,00
Maquinaria y Equipo	\$4.739,00
Equipo de computación	\$3.175,00
Vehículos	\$25.000,00
Animales de granja	\$8.258,00
Muebles y enseres	\$12.992,50
Software GALDON (Turismo y restauración)	\$1.100,00
CAPITAL DE OPERACIÓN	\$56.219,00
Variedad semillas y plantas	\$256,00
Gastos constitución	\$3.460,00
Caja	\$4.500,00
Bancos	\$15.500,00
Inventarios	\$1.494,00
Provisión de sueldos	\$20.000,00
Gastos mantenimiento	\$4.000,00
Marketing y publicidad	\$1.000,00
Equipo deportivo	\$5.000,00
Alimento y Balanceado	\$1.009,00
INVERSIÓN TOTAL	\$317.303,50

Cuadro financiero N°1: Inversión Inicial

Elaborado: Gabriela Zurita

- Dentro de la infraestructura del proyecto constan las adecuaciones del restaurante ya existente en la propiedad, la construcción del taller de cocina, la vivienda del guardián, la boletería y la administración, la enfermería, el establo y bodega para alimento, corrales para animales y batería sanitaria, adecuación de senderos y laguna, parqueaderos, señalización y rotulación, captación de agua potable.
- El proyecto se construirá en un terreno de 5 hectáreas de diámetro, donado por uno de los inversionistas, donde cada ambiente se beneficiara de un espacio adecuado para la realización de las diferentes actividades, además se donó también un vehículo tipo camioneta para facilitar la operación.
- Se requiere adquirir varios elementos para los diferentes ambientes, entre cristalería, utensilios, cubertería, menaje, muebles, enseres, equipo de cocina y equipo de computación.
- Tanto animales de granja, balanceados y alimento, semillas y plantas para el huerto, serán donados por uno de los inversionistas.
- Se consideró dentro de la inversión inicial los gastos de constitución de la empresa y los trámites que se requiere para el adecuado funcionamiento del establecimiento, además de obtener el software GALDON de turismo y restauración para el apropiado manejo de los diferentes ambientes.
- El capital de trabajo con el que la empresa cuenta para iniciar sus operaciones se encuentra distribuido en caja, banco y posee adicionalmente una provisión de sueldos para los primeros meses de funcionamiento.
- Se ha tomado en cuenta la adquisición de equipo deportivo: botes y remos para las actividades en la laguna.
- Se consideró también un rubro para el mantenimiento de las instalaciones y adicionalmente se estableció un valor por marketing y publicidad para la promoción del establecimiento.

Tomando en cuenta todo lo mencionado anteriormente, la inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto es de \$326.098.

5.2 Presupuesto de ingresos y ventas

PRESUPUESTO DE VENTAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
PAQUETE ESCOLAR EXPRESS						
# De personas	8300	8964	9681	10456	11292	48693
Precio Unitario	\$12,00	\$12,36	\$12,73	\$13,11	\$13,51	
Total de ingresos	\$99.600,00	\$110.795,04	\$123.248,40	\$137.101,52	\$152.511,73	\$623.256,70
PAQUETE ESCOLAR FULL						
# De personas	6100	6588	7115	7684	8299	35786
Precio Unitario	\$32,00	\$32,96	\$33,95	\$34,97	\$36,02	
Total de ingresos	\$195.200,00	\$217.140,48	\$241.547,07	\$268.696,96	\$298.898,50	\$1.221.483,01
PAQUETE FIN DE SEMANA EXPRESS						
# De personas	3600	3888	4199	4535	4898	21120
Precio Unitario	\$28,00	\$28,84	\$29,71	\$30,60	\$31,51	
Total de ingresos	\$100.800,00	\$112.129,92	\$124.733,32	\$138.753,35	\$154.349,22	\$630.765,82
PAQUETE FIN DE SEMANA FULL						
# De personas	2160	2333	2519	2721	2939	12672
Precio Unitario	\$32,00	\$32,96	\$33,95	\$34,97	\$36,02	
Total de ingresos	\$69.120,00	\$76.889,09	\$85.531,42	\$95.145,15	\$105.839,47	\$432.525,13

Cuadro financiero N°2: Presupuesto de ingresos y ventas

Elaborado: Gabriela Zurita

Los ingresos del establecimiento provienen de la venta de 4 diferentes paquetes que incluyen: alimentación y actividades varias dentro de la granja, de acuerdo a las necesidades del segmento educativo y familiar. Se ha realizado una proyección anual durante 5 años por paquete tomando en cuenta el precio de venta al público unitario de cada uno y el número aproximado de clientes anuales, considerando la aceptación del proyecto que se obtuvo en las encuestas realizadas. El porcentaje de incremento en ventas se basó en el crecimiento del mercado, estimando aproximadamente un porcentaje de 5% según el Banco Mundial para la economía del Ecuador, y la inflación con un porcentaje aproximado de 3% para el 2016 según el Banco Central, por lo cual las ventas tienen un incremento del 8% cada año. En cuanto al incremento anual en los precios, se ha tomado únicamente el porcentaje de inflación, es decir 3% para realizar la proyección.

5.3 Presupuesto de costos

PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
PAQUETE ESCOLAR EXPREES						
# De personas	8300	8964	9681	10456	11292	
Precio Unitario	\$12,00	\$12,36	\$12,73	\$13,11	\$13,51	
% Costo de ventas	50%	50%	50%	50%	50%	
Costo de ventas unitario	\$6,03	\$6,18	\$6,37	\$6,56	\$6,75	
Total costo de ventas	\$50.030,74	\$55.397,52	\$61.624,20	\$68.550,76	\$76.255,87	\$311.859,09
PAQUETE ESCOLAR FULL						
# De personas	6100	6588	7115	7684	8299	
Precio Unitario	\$32,00	\$32,96	\$33,95	\$34,97	\$36,02	
% Costo de ventas	50%	50%	50%	50%	50%	
Costo de ventas unitario	\$15,93	\$16,48	\$16,97	\$17,48	\$18,01	
Total costo de ventas	\$97.159,58	\$108.570,24	\$120.773,53	\$134.348,48	\$149.449,25	\$610.301,08
PAQUETE FIN DE SEMANA EXPREES						
# De personas	3600	3888	4199	4535	4898	
Precio Unitario	\$28,00	\$28,84	\$29,71	\$30,60	\$31,51	
% Costo de ventas	50%	50%	50%	50%	50%	
Costo de ventas unitario	\$13,93	\$14,42	\$14,85	\$15,30	\$15,76	
Total costo de ventas	\$50.140,08	\$56.064,96	\$62.366,66	\$69.376,67	\$77.174,61	\$315.122,99
PAQUETE FIN DE SEMANA FULL						
# De personas	2160	2333	2519	2721	2939	
Precio Unitario	\$32,00	\$32,96	\$33,95	\$34,97	\$36,02	
% Costo de ventas	50%	50%	50%	50%	50%	
Costo de ventas unitario	\$15,93	\$16,48	\$16,97	\$17,48	\$18,01	
Total costo de ventas	\$34.404,05	\$38.444,54	\$42.765,71	\$47.572,58	\$52.919,73	\$216.106,61

Cuadro financiero N°3: Presupuesto de costos

Elaborado: Gabriela Zurita

En el cuadro presentado previamente, se exponen los costos fijos y de operación de Granja La Moca, se tomó en cuenta el número aproximado de clientes anuales considerando la aceptación del proyecto que se obtuvo en las encuestas realizadas, el precio de venta al público, el costo de ventas para el proyecto y el porcentaje de costo de ventas de cada uno de los cuatro paquetes ofertados; los porcentajes de incremento anual tanto en número de clientes como en precios se realizaron en base a los utilizados en el presupuesto de ventas, 8% obtenido del porcentaje de crecimiento del mercado y la inflación, y 3% de inflación para los precios respectivamente, obteniendo como resultado una proyección de costos para 5 años.

5.4 Presupuesto de gastos

En el siguiente cuadro, se detallan los gastos proyectados durante 5 años de Granja La Moca, tomando inicialmente los valores actuales de los distintos componentes que requiere el proyecto para su operación: gasto de alimento para los animales, gastos de sueldos, mantenimiento y seguridad, servicios básicos, intereses financieros, depreciaciones, marketing y publicidad, amortización gastos constitución.

PRESUPUESTO DE GASTOS						
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL
Gasto Alimento Animales	\$12.108,00	\$12.471,24	\$12.845,38	\$13.230,74	\$13.627,66	\$64.283,02
Gastos sueldos	\$100.822,44	\$111.805,56	\$117.395,84	\$123.265,63	\$129.428,91	\$582.718,37
Gastos mantenimiento	\$4.000,00	\$4.120,00	\$4.243,60	\$4.370,91	\$4.502,04	\$21.236,54
Servicios básicos	\$500,00	\$515,00	\$530,45	\$546,36	\$562,75	\$2.654,57
Marketing y Publicidad	\$1.000,00	\$1.030,00	\$1.060,90	\$1.092,73	\$1.125,51	\$5.309,14
Gastos seguridad	\$1.300,00	\$1.339,00	\$1.379,17	\$1.420,55	\$1.463,16	\$6.901,88
Utensilios	\$12.992,50	\$13.382,28	\$13.783,74	\$14.197,26	\$14.623,17	\$68.978,95
Equipo de deportivo	\$5.000,00	\$5.150,00	\$5.304,50	\$5.463,64	\$5.627,54	\$26.545,68
Amortización Gastos Constitución	\$692,00	\$692,00	\$692,00	\$692,00	\$692,00	\$3.460,00
Depreciaciones	\$15.864,15	\$15.864,15	\$15.864,15	\$14.439,15	\$14.439,15	\$76.470,75
Intereses Financieros	\$6.116,39	\$5.691,97	\$5.227,74	\$4.719,96	\$4.164,55	\$25.920,62
TOTAL	\$160.395,48	\$172.061,20	\$178.327,47	\$183.438,91	\$190.256,45	\$884.479,50

Cuadro financiero N°4: Presupuesto de gastos

Elaborado: Gabriela Zurita

5.5 Estructura de financiamiento

Granja La Moca cuenta con un capital propio de \$247.304 repartido en activos fijos y corrientes propiedad de los inversionistas, sin embargo requiere para poner en marcha el proyecto, un préstamo de \$70.000 para cubrir la inversión inicial del mismo. Solicitando un préstamo a la Corporación Financiera Nacional con un interés de 9%, la empresa tendrá que cubrir por 10 años 120 cuotas de \$886,73; a continuación la tabla de amortización donde se puede señalar el pago del capital, pago del interés, la cuota mensual y el pago pendiente.

Número pagos	Pago de Capital	Pago de Interes	Cuota Mensual	CAPITAL Pendiente
1	361,73	525,00	886,73	69.638,27
2	364,44	522,29	886,73	69.273,83
3	367,18	519,55	886,73	68.906,65
4	369,93	516,80	886,73	68.536,72
5	372,71	514,03	886,73	68.164,01
6	375,50	511,23	886,73	67.788,51
7	378,32	508,41	886,73	67.410,20
8	381,15	505,58	886,73	67.029,04
9	384,01	502,72	886,73	66.645,03
10	386,89	499,84	886,73	66.258,14
11	389,79	496,94	886,73	65.868,34
12	392,72	494,01	886,73	65.475,63
13	395,66	491,07	886,73	65.079,96
14	398,63	488,10	886,73	64.681,33
15	401,62	485,11	886,73	64.279,71
16	404,63	482,10	886,73	63.875,08
17	407,67	479,06	886,73	63.467,41
18	410,72	476,01	886,73	63.056,69
19	413,81	472,93	886,73	62.642,88
20	416,91	469,82	886,73	62.225,97
21	420,04	466,69	886,73	61.805,94
22	423,19	463,54	886,73	61.382,75
23	426,36	460,37	886,73	60.956,39
24	429,56	457,17	886,73	60.526,83
25	432,78	453,95	886,73	60.094,05
26	436,03	450,71	886,73	59.658,03
27	439,30	447,44	886,73	59.218,73
28	442,59	444,14	886,73	58.776,14
29	445,91	440,82	886,73	58.330,24
30	449,25	437,48	886,73	57.880,98
31	452,62	434,11	886,73	57.428,36
32	456,02	430,71	886,73	56.972,34

33	459,44	427,29	886,73	56.512,90
34	462,88	423,85	886,73	56.050,02
35	466,36	420,38	886,73	55.583,66
36	469,85	416,88	886,73	55.113,81
37	473,38	413,35	886,73	54.640,43
38	476,93	409,80	886,73	54.163,51
39	480,50	406,23	886,73	53.683,00
40	484,11	402,62	886,73	53.198,89
41	487,74	398,99	886,73	52.711,16
42	491,40	395,33	886,73	52.219,76
43	495,08	391,65	886,73	51.724,68
44	498,80	387,94	886,73	51.225,88
45	502,54	384,19	886,73	50.723,35
46	506,31	380,43	886,73	50.217,04
47	510,10	376,63	886,73	49.706,94
48	513,93	372,80	886,73	49.193,01
49	517,78	368,95	886,73	48.675,23
50	521,67	365,06	886,73	48.153,56
51	525,58	361,15	886,73	47.627,98
52	529,52	357,21	886,73	47.098,46
53	533,49	353,24	886,73	46.564,97
54	537,49	349,24	886,73	46.027,48
55	541,52	345,21	886,73	45.485,95
56	545,59	341,14	886,73	44.940,37
57	549,68	337,05	886,73	44.390,69
58	553,80	332,93	886,73	43.836,89
59	557,95	328,78	886,73	43.278,93
60	562,14	324,59	886,73	42.716,80
61	566,35	320,38	886,73	42.150,44
62	570,60	316,13	886,73	41.579,84
63	574,88	311,85	886,73	41.004,96
64	579,19	307,54	886,73	40.425,76
65	583,54	303,19	886,73	39.842,23
66	587,91	298,82	886,73	39.254,31
67	592,32	294,41	886,73	38.661,99
68	596,77	289,96	886,73	38.065,22
69	601,24	285,49	886,73	37.463,98
70	605,75	280,98	886,73	36.858,23
71	610,29	276,44	886,73	36.247,94
72	614,87	271,86	886,73	35.633,07
73	619,48	267,25	886,73	35.013,59
74	624,13	262,60	886,73	34.389,46
75	628,81	257,92	886,73	33.760,65
76	633,53	253,20	886,73	33.127,12
77	638,28	248,45	886,73	32.488,85
78	643,06	243,67	886,73	31.845,78
79	647,89	238,84	886,73	31.197,89
80	652,75	233,98	886,73	30.545,15

81	657,64	229,09	886,73	29.887,51
82	662,57	224,16	886,73	29.224,93
83	667,54	219,19	886,73	28.557,39
84	672,55	214,18	886,73	27.884,84
85	677,59	209,14	886,73	27.207,24
86	682,68	204,05	886,73	26.524,57
87	687,80	198,93	886,73	25.836,77
88	692,95	193,78	886,73	25.143,82
89	698,15	188,58	886,73	24.445,67
90	703,39	183,34	886,73	23.742,28
91	708,66	178,07	886,73	23.033,61
92	713,98	172,75	886,73	22.319,64
93	719,33	167,40	886,73	21.600,30
94	724,73	162,00	886,73	20.875,58
95	730,16	156,57	886,73	20.145,41
96	735,64	151,09	886,73	19.409,77
97	741,16	145,57	886,73	18.668,61
98	746,72	140,01	886,73	17.921,90
99	752,32	134,41	886,73	17.169,58
100	757,96	128,77	886,73	16.411,62
101	763,64	123,09	886,73	15.647,98
102	769,37	117,36	886,73	14.878,61
103	775,14	111,59	886,73	14.103,47
104	780,95	105,78	886,73	13.322,51
105	786,81	99,92	886,73	12.535,70
106	792,71	94,02	886,73	11.742,99
107	798,66	88,07	886,73	10.944,33
108	804,65	82,08	886,73	10.139,68
109	810,68	76,05	886,73	9.329,00
110	816,76	69,97	886,73	8.512,24
111	822,89	63,84	886,73	7.689,35
112	829,06	57,67	886,73	6.860,29
113	835,28	51,45	886,73	6.025,01
114	841,54	45,19	886,73	5.183,47
115	847,85	38,88	886,73	4.335,61
116	854,21	32,52	886,73	3.481,40
117	860,62	26,11	886,73	2.620,78
118	867,07	19,66	886,73	1.753,71
119	873,58	13,15	886,73	880,13
120	880,13	6,60	886,73	0,00

Cuadro financiero N°5: Tabla de amortización

Elaborado: Gabriela Zurita

5.6 Estados financieros proyectados

5.6.1 Estado de resultados

ESTADO DE RESULTADOS						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		464.720	516.955	575.060	639.697	711.599
Paquete escolar express		99.600	110.795	123.248	137.102	152.512
Paquete escolar full		195.200	217.140	241.547	268.697	298.898
Paquete fin de semana express		100.800	112.130	124.733	138.753	154.349
Paquete fin de semana full		69.120	76.889	85.531	95.145	105.839
COSTOS		-231.734	-258.477	-287.530	-319.848	-355.799
Paquete escolar express		50.031	55.398	61.624	68.551	76.256
Paquete escolar full		97.160	108.570	120.774	134.348	149.449
Paquete fin de semana express		50.140	56.065	62.367	69.377	77.175
Paquete fin de semana full		34.404	38.445	42.766	47.573	52.920
UTILIDAD BRUTA		232.986	258.477	287.530	319.848	355.799
GASTOS OPERATIVOS		-154.279	-166.369	-173.100	-178.719	-186.092
Gasto Alimento Animales		12.108	12.471	12.845	13.231	13.628
Gastos sueldos		100.822	111.806	117.396	123.266	129.429
Gastos mantenimiento		4.000	4.120	4.244	4.371	4.502
Servicios básicos		500	515	530	546	563
Marketing y Publicidad		1.000	1.030	1.061	1.093	1.126
Gastos seguridad		1.300	1.339	1.379	1.421	1.463
Utensilios		12.993	13.382	13.784	14.197	14.623
Equipo de deportivo		5.000	5.150	5.305	5.464	5.628
Amortización Gastos Constitución		692	692	692	692	692
Depreciaciones		15.864	15.864	15.864	14.439	14.439
UTILIDAD OPERACIONAL		78.706	92.108	114.430	141.130	169.708
GASTOS FINANCIEROS						
Intereses financieros		6.116	5.692	5.228	4.720	4.165
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		72.590	86.416	109.203	136.410	165.543
15% PARTICIPACIÓN TRABAJO		10.889	12.962	16.380	20.461	24.831
22% IMPUESTO A LA RENTA		13.574	16.160	20.421	25.509	30.957
UTILIDAD NETA		48.127	57.294	72.401	90.440	109.755
(+) DEPRECIACIONES		16.556	16.556	16.556	15.131	15.131
(-) AMORTIZACIÓN DEUDA		4.524	4.949	5.413	5.921	6.476
INVERSIÓN INICIAL	-317.304					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-317.304	60.159	68.901	83.544	99.650	118.410
PRI (A)		52.920	53.316	56.868	59.668	62.369

Cuadro financiero N°6: Estado de resultados

Elaborado: Gabriela Zurita

El estado de resultados, es un estado financiero donde se muestra de forma minuciosa y estructurada los ingresos, gastos, pérdidas y ganancias del ejercicio de la empresa durante un intervalo determinado de tiempo; este estado financiero nos permite tomar decisiones basadas en un análisis previo de los factores mencionados anteriormente (Van Horne and Wachowicz 2002). En el cuadro previo se puede observar el estado de resultados del proyecto donde claramente se puede analizar la utilidad bruta, operacional, antes de impuestos y neta, ingresos y costos, así como también los gastos operativos del mismo.

5.6.2 Estado de flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL	-317.304					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-317.304	60.159	68.901	83.544	99.650	118.410

Cuadro financiero N°7: Flujo de efectivo

Elaborado: Gabriela Zurita

El estado de flujo de efectivo, es un estado financiero que señala el efectivo producido en las actividades de operación, inversión y financiamiento. La finalidad de este estado es definir la capacidad financiera de la empresa para generar efectivo que le permita cumplir con sus obligaciones inmediatas (Altuve 2004). Los flujos de efectivo que se evidencian en el balance son valores positivos, lo que demuestra la liquidez que tiene el proyecto generando efectivo desde el primer año; sin embargo son valores bajos por lo que el resultado de los indicadores financieros posiblemente reflejará valores negativos haciendo que este proyecto no sea viable.

5.7 Análisis de Indicadores financieros

5.7.1 Punto de equilibrio

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PARTICIPACIÓN VENTAS	100%	100%	100%	100%	100%
Paquete escolar express	29%	29%	29%	29%	29%
Paquete escolar full	37%	37%	37%	37%	37%
Paquete fin de semana express	20%	20%	20%	20%	20%
Paquete fin de semana full	13%	13%	13%	13%	13%

MARGEN DE CONTRIBUCIÓN					
Paquete escolar express	9	10	11	11	11
Paquete escolar full	15	18	18	19	19
Paquete fin de semana express	14	18	18	19	19
Paquete fin de semana full	15	18	18	19	19
MARGEN DE CONTRIBUCIÓN PONDERADO	13	16	16	16	17

PUNTO DE EQUILIBRIO POR PAQUETE					
Paquete escolar express	2.540	2.240	2.231	2.204	2.196
Paquete escolar full	3.247	2.864	2.852	2.817	2.806
Paquete fin de semana express	1.772	1.563	1.557	1.538	1.532
Paquete fin de semana full	1.150	1.014	1.010	997	994
PUNTO DE EQUILIBRIO PERSONAS	8.709	7.681	7.651	7.556	7.527

Cuadro financiero N°8: Punto de equilibrio

Elaborado: Gabriela Zurita

El punto de equilibrio es el nivel de ventas que alcanza una empresa donde puede cubrir sus costos fijos y variables. Por lo cual cuando la misma alcanza el punto de equilibrio no tiene ganancias pero tampoco perdidas (Van Horne and Wachowicz 2002). Para poder cubrir los costos fijos y variables Granja La Moca, debe vender el primer año 8709 paquetes para poder operar sin perdidas ni ganancias, de vender menos de lo estimado la empresa obtendría grandes pérdidas y de vender más, la empresa obtiene utilidades.

5.7.2 Valor actual neto

VAN
-32.163

Cuadro financiero N°9: Valor actual neto

Elaborado: Gabriela Zurita

El valor actual neto, es una medida de rentabilidad definitiva que nos permite analizar si el proyecto en cuestión es o no viable, este recurso posibilita calcular el valor presente de un número definido de flujos de caja futuros, procedentes de la inversión (Altuve 2004). Al obtener valores bajos en los flujos de caja, el resultado de este indicador financiero VAN es negativo, lo que implica que Granja La Moca no es un proyecto viable, al ser este indicador menor a 0, la inversión generaría pérdidas en lugar de generar utilidades y no sería rentable.

5.7.3 Tasa interna de retorno

TIR
10%

Cuadro financiero N°10: Tasa interna de retorno

Elaborado: Gabriela Zurita

La tasa interna de retorno, es una tasa de rentabilidad empleada en el presupuesto de capital para evaluar y comparar el rendimiento de un proyecto, la tasa interna de retorno se utiliza generalmente para determinar si invertir en un proyecto es o no positivo; cuanto más alto sea el porcentaje de la tasa interna de retorno de un proyecto, más beneficioso será llevar a cabo el mismo (Altuve 2004). Granja La Moca posee una tasa interna de retorno del 10%, si bien es un valor positivo es menor a la tasa de descuento de 13,68% haciendo que el VAN sea negativo, lo cual implica que el proyecto no es viable como se mencionó anteriormente.

5.7.4 Periodo de recuperación de la inversión

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE INVERSIÓN AJUSTADO						
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INVERSIÓN INICIAL	-317.304					
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-317.304	60.159	68.901	83.544	99.650	118.410
	PRI (A)	52.920	53.316	56.868	59.668	62.369

Cuadro financiero N°11: Periodo de recuperación de la inversión

Elaborado: Gabriela Zurita

El periodo de recuperación de la inversión (PRI), es una herramienta que nos permite calcular la liquidez del proyecto y conocer el intervalo de tiempo que se requiere para que los flujos netos de efectivo recuperen su costo o se recupere la inversión inicial (Altuve 2004). El periodo de recuperación de la inversión para el proyecto presentado es mayor a 5 años, por lo que no sería conveniente para los inversionistas invertir en el mismo dado que el periodo de recuperación es muy extenso.

5.7.5 Índice de rentabilidad

INDICE DE RENTABILIDAD
0,899

Cuadro financiero N°12: Índice de rentabilidad

Elaborado: Gabriela Zurita

El índice de rentabilidad es un criterio de estimación de inversiones que nos permite evaluar la cantidad en que la inversión incrementa por cada unidad monetaria invertida en el proyecto, para que una inversión sea aceptable el índice de rentabilidad debe ser igual o mayor a la unidad, mientras más alto sea el índice de rentabilidad más productiva resultará ser la inversión (Altuve 2004). Similar a los indicadores anteriores, el índice de rentabilidad para el proyecto es menor a 1, por lo que la inversión decrece en 0,89 por cada unidad monetaria invertida, haciendo de Granja la Moca un proyecto no viable y generando pérdidas en lugar de ganancias.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- En la actualidad se ha creado una cultura de aprendizaje a través de la experiencia vivencial; y la escolaridad especialmente urbana está ansiosa de relacionarse con la naturaleza y de esa forma aprender, lo que permite que el proyecto pueda establecerse en el mercado como un establecimiento de aprendizaje al aire libre preferido tanto por profesores como por padres de familia.
- El calentamiento global, el crecimiento demográfico a nivel mundial, la contaminación, entre muchos otros problemas que afectan al mundo, han motivado que se cree conciencia de protección hacia nuestro planeta desde la educación básica en las aulas y también con los más pequeños en casa; esto genera curiosidad y empatía en los niños hacia el aprendizaje vivencial de la naturaleza; lo que permite que el mercado turístico pueda ampliar su horizonte y se implementen nuevos establecimientos que promuevan el cuidado hacia la naturaleza enfocado en el aprendizaje al aire libre como Granja La Moca plantea hacerlo en su operación.
- El Ecuador tradicionalmente ha buscado solucionar su economía a través de la explotación del petróleo o producción de monocultivos como banano, café, entre otros; sin embargo nuestro país como mega diverso puede explotar la tierra a través de actividades primarias como la agricultura y ganadería asociándolo con el turismo y el aprendizaje al aire libre, convirtiendo esta actividad en una fuente generadora de ingresos y empleo para los pobladores de áreas rurales.
- Una vez que se han realizado los estudios necesarios para poder conocer si el proyecto es rentable, los resultados reflejan que la viabilidad del mismo es negativa a pesar de ser aceptado dentro del mercado de agroturismo, sin embargo al poseer un alto margen de competencia, Granja La Moca ofrece productos y servicios que lo diferencian de la competencia lo que lo hace aún más atractivo para el segmento escolar y familiar de clase media y alta, haciendo del proyecto una interesante idea de negocio.
- Los resultados que se vieron reflejados en el estudio financiero en los diversos indicadores que se analizaron, establecieron que el proyecto no es rentable, el valor actual neto VAN es negativo y la tasa interna de retorno TIR es menor a la tasa de descuento.

RECOMENDACIONES

- Para que el proyecto pueda ser viable sería necesario revisar la inversión puesto que la misma es excesivamente alta y analizar si se puede implementar los ambientes del mismo por etapas como el restaurante y el taller de cocina, conforme la Granja vaya generando ganancias.
- Al implementar los ambientes por etapas los gastos operativos como sueldos, servicios básicos, mantenimiento se reducirían considerablemente ya que no se requeriría el número propuesto de colaboradores y únicamente se consideraría el valor de gastos operativos por el ambiente que se encuentre en funcionamiento.
- Se puede empezar la operación con el segmento educativo que genera mayor utilidad y se debe revisar más a fondo los precios de venta de los paquetes para generar mayor rentabilidad.
- Para crear nuevas alternativas de trabajo, así como una adecuada seguridad alimentaria en el país, se debe iniciar una educación relacionada con estas actividades, desde la base misma de la educación.
- Se debe aprovechar la demanda de nuevos productos y servicios turísticos que estén relacionados con el cuidado hacia la naturaleza para captarla y hacer viable el desarrollo del proyecto presentado.
- Tomar posicionamiento del mercado aprovechando esta nueva cultura de protección y cuidado del medio ambiente a través de la aplicación de estrategias de entrada y posicionamiento, fomentando así el patrimonio alimentario empleando productos de la zona tanto en las recetas de los talleres como en el menú del restaurante.
- Desarrollar productos y servicios que diferencien al establecimiento de la competencia, como por ejemplo los talleres de cocina que se ofrecen en la granja permitiéndonos ser la primera opción escogida por los consumidores y promover las visitas a la misma.
- Ofrecer siempre en productos y servicios, valor agregado que permita crear en los clientes fidelidad hacia el establecimiento y conseguir promocionar la granja a través de marketing de boca a boca estableciendo niveles adecuados de satisfacción y confianza.

BIBLIOGRAFÍA

- Altuve, J. (2004). El uso del valor actual neto y la tasa interna de retorno para la valoración de las decisiones de inversión. Mérida, Venezuela. Actualidad contable.
- Andrade, S. (2005). Diccionario de Economía Tercera Edición. Editorial Andrade.
- Angulo, J. G. (2006). Gerencia competitiva de la posada turística. Mexico DF, TRILLAS.
- Aaker, D. D. (1988). *Investigación de mercados Segunda Edición*. México: McGraw-Hill,.
- Baena Toro, D. (2010). Análisis financiero: enfoque, proyecciones financieras. Colombia, Ecoe Ediciones.
- Bernal Martinez, J. (2000). De las escuelas al aire libre a las aulas de la naturaleza. Revista Internacional de Ciencias Sociales.
- Bradford, D. (2010). *Fundamentos de Finanzas Corporativa Novena Edición*. México: McGraw-Hill.
- Bravo, M. (2011). *Contabilidad General Sexta edición*. Quito: Editorial Universidad Central.
- Compañías, L. (s.f.). *Ley de Compañías* .
- Coss Bu, R. (2005). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión segunda edición*. México, Editorial Limusa.
- Crosby, A. (2013) El origen del turismo rural. El agroturismo, Una fórmula de agro turismo: Turismo a tiempo .
- Dieckow, L. M. (2009). Factores de gestión claves para la incursión, continuidad y éxito en el agroturismo en Misiones, Argentina. Argentina, D - Universidad Nacional de Misiones.
- Duplan, S. (2006). Factibilidad hotelra: análisis y evaluación. Mexico DF, Editorial Trillas.
- Fernandez, L. (1985). Teoría y técnica del turismo. Madrid, España, Alianza editorial.
- Fleitman, J. (2000). *Negocios exitosos II*. México: Mc Graw-Hill.

- GADP (2012). Plan de desarrollo y ordenamiento territorial de Rumipamba. Quito, Ecuador, Villalba Asociados.
- García, M. (2008). *Manual de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- García Dihigo, J. (2007). Turismo: variantes e impactos. Cuba, Editorial Universitaria.
- Grasso, L. (2009). Encuestas: elementos para su diseño y análisis. Argentina, Editorial Brujas.
- Gonzalez, P. (2013). Planificación Estratégica para la pequeña y mediana empresa. Puerto Rico, Editorial Nuevo Amanecer.
- Jafari, J., R. Baretje and D. Buhalis (2000). Encyclopedia of Tourism. London, GBR, Routledge.
- Kotler, P. (2001). *Dirección de mercadotecnia Octava Edición*. Pearson Education.
- Kotler, P. (2006). *Dirección de Marketing Duodécima Edición*. México: Pearson.
- López-Chicheri, I. (2004). "El derecho de la competencia."
- Louv, R. (2005). The last child in the woods. New York, Algonquin Books of Chapel Hill, Workman Publishing.
- Luna, R. (1999). "Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos." Retrieved 2/09/14, from http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNACK395.pdf.
- Luna, R. (1999). "Manual para determinar la factibilidad económica de proyectos." Proarca. Retrieved 21/10/2014, from http://pdf.usaid.gov/pdf_docs/PNACK395.pdf.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de Mercados un Enfoque Aplicado*. México: Pearson.
- Martín Biezma, C. (2013). Didáctica de la educación infantil. España, Macmillan Iberia, S.A.
- Mathur, R. (2007). International Tourism. Jaipur, IND, ABD Publishers.
- Ministerio_Educación. (s/d). *Listado instituciones educativas distribuidas por zonas*. Obtenido de educacion.gob.ec
- Miranda, J. (2005). Gestión de proyectos: evaluación económica, financiera, social y ambiental. Quinta Edición. Bogotá: MM Editores.

Monterrubio Cordero, J. C. (2011). Turismo y cambio sociocultural. Una perspectiva conceptual. México, Plaza y Valdés, S.A. de C.V.

Muriel Ruano, C. (2004). "Marketing infantil: el consumidor de hoy y mañana."

Navarro, P. (2007). Teoría de la factibilidad. Madrid, España.

OMT (2003). "Entender el Turismo: Glosario básico." Retrieved 26/08/2014, from <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.

Ortíz, H. (2011). *Análisis Financiero Aplicado y Principios de Administración*. Bogota: Mc Graw Hill.

Palenzuela, V. A. and A. F. Alvarez (2009). Evolución reciente de la moderna Teoría Financiera. Revista de Economía Mundial. Madrid, España.

Roberts, L. and D. Roberts (2001). Rural Tourism and Recreation : Principles to Practice. Wallingford, Oxon, GBR, CABI Publishing.

Ruiz Muñoz, D. (2004). Manual de Estadística. España, B - EUMED.

Sapag, N. (2011). *Preparación y Evaluación de Proyectos Segunda edición*. Chile: Pearson Educación.

Stanton, W. (2000). *Fundamentos de Mercadotécnica*. México: Mc Graw Hill.

Sinclair, M. T. and M. Stabler (1997). Economics of Tourism. London, GBR, Routledge.

Singh, S. P. (2010). International Tourism Development. Jaipur, IND, ABD Publishers.

Trenzano, J. M. F. and J. F. Nadal (1997). Los estudios de mercado. Madrid España, Díaz de Santos

Troncoso, C. and E. Daniele (2005). "Entrevistas semiestructuradas." Retrieved 2013/11/16, 2013, from <http://www.uccor.edu.ar/paginas/REDUC/troncoso>.

Van Horne, J. and J. Wachowicz (2002). Fundamentos de administración financiera. México, PEARSON.

ANEXO 1: RECETAS ESTÁNDAR

MENÚ ALMUERZO


Receta N°1: Entrada – Locro con Queso

GRANJA LA MOCA

RECETA ESTÁNDAR

Nombre:	Locro con Queso		TIPO RECETA				
Clasificación:	Entrada		Básica	Complementaria			
N° Porciones:	5	porción	X				
PESO PORCIÓN:	150	gr c/p					
INGREDIENTES	Unidad Medida	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIO DE COMPRA		
Papa Chola	gr	500	\$ 0,01000	\$ 5,00	\$ 10,00	kilogramo	1
Cebolla Larga	gr	100	\$ 0,00150	\$ 0,15	\$ 1,50	kilogramo	1
Leche	ml	250	\$ 0,00080	\$ 0,20	\$ 0,80	Litro	1
Aceite de Achiote	ml	1	\$ 0,00350	\$ 0,00	\$ 3,50	Litro	1
Mantequilla	gr	50	\$ 0,00250	\$ 0,13	\$ 2,50	kilogramo	1
queso fresco	gr	50	\$ 0,00412	\$ 0,21	\$ 4,12	kilogramo	1
Papa Chaucha	gr	500	\$ 0,00980	\$ 4,90	\$ 9,80	kilogramo	1
Papa Cecilia	gr	500	\$ 0,00950	\$ 4,75	\$ 9,50		
Subtotal				\$ 15,3354			
Extras			5%	\$ 0,7668			
COSTO TOTAL MP				\$ 16,1021			
COSTO X PORCIÓN				\$ 3,22			
COSTO X GRAMO				\$ 0,02147			
	MÉTODO TRADICIONAL						
	COSTO X PORCIÓN			\$ 3,22			
	x			2			
	P.V. SUGERIDO			\$ 6,44			
10%	27% de aumento al p.v.sug y +			\$ 0,64			
	NUEVO P.V.SUGERIDO			\$ 7,08			
	% Costo MP o Costo Potencial (CP)			45,45%			

Receta N°2: Plato fuerte – Seco de Gallina




GRANJA LA MOCA

RECETA ESTÁNDAR

Nombre:	Seco de Gallina		TIPO RECETA				
Clasificación:	Plato Fuerte		Básica	Complementaria			
N° Porciones:	12	porción	X				
PESO PORCIÓN:	175	gr o/p					
INGREDIENTES	Unidad Medida	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIO DE COMPRA		
Gallina	gr	2000	\$ 0,02000	\$ 40,00	\$ 20,00	kilogramo	1
Cebolla paiterña	gr	150	\$ 0,00150	\$ 0,23	\$ 1,50	kilogramo	1
Cebolla larga	gr	150	\$ 0,00180	\$ 0,27	\$ 1,80	kilogramo	1
Cerveza	cc	1	\$ 0,00350	\$ 0,00	\$ 3,50	Litro	1
naranja	gr	100	\$ 0,00250	\$ 0,25	\$ 2,50	kilogramo	1
Aceite de Achiote	cc	1	\$ 0,00350	\$ 0,00	\$ 3,50	kilogramo	1
Tomate	gr	150	\$ 0,00275	\$ 0,41	\$ 2,75	kilogramo	1
Arroz Colorado	gr	40	\$ 0,00402	\$ 0,16	Receta de la casa		
Papa al vapor	gr	20	\$ 0,00352	\$ 0,07			
Subtotal				\$ 41,3948			
Extras			5%	\$ 2,0697			
COSTO TOTAL MP				\$ 43,4646			
COSTO X PORCIÓN				\$ 3,62			
COSTO X GRAMO				\$ 0,02070			
	MÉTODO TRADICIONAL						
	COSTO X PORCIÓN			\$ 3,62			
	x			1,5			
	P.V. SUGERIDO			\$ 5,43			
10%	27% de aumento al p.v.sug y +			\$ 0,54			
	NUEVO P.V.SUGERIDO			\$ 5,98			
	% Costo MP o Costo Potencial (CP)			60,61%			

Receta N°3: Postre – Pastel de naranja




GRANJA LA MOCA

RECETA ESTÁNDAR

Nombre:	Pastel de Naranja		TIPO RECETA				
Clasificación:	Postre		Básica	Complementaria			
N° Porciones:	5	porción	X				
PESO PORCIÓN:	150	gr c/p					
INGREDIENTES	Unidad Medida	CANTIDAD	PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIO DE COMPRA		
Huevos	Un	6	\$ 0,08333	\$ 0,50	\$ 2,50	unidades	30
Mantequilla sin sal	gr	350	\$ 0,00250	\$ 0,88	\$ 2,50	kilogramo	1000
Azucar Granulada	gr	150	\$ 0,00380	\$ 0,57	\$ 3,80	kilgramo	1000
Polvo de hornear	gr	15	\$ 0,00657	\$ 0,10	\$ 2,30	Gramos	350
Harina	gr	500	\$ 0,00290	\$ 1,45	\$ 2,90	kilogramo	1000
Zumo de naranja	gr	300	\$ 0,00412	\$ 1,24	\$ 4,12	kilogramo	1000
Azucar en polvo	gr	150	\$ 0,00250	\$ 0,38	\$ 2,50	kilogramo	1000
Subtotal				\$ 5,1046			
Extras			5%	\$ 0,2552			
COSTO TOTAL MP				\$ 5,3598			
COSTO X PORCIÓN				\$ 1,07			
COSTO X GRAMO				\$ 0,00715			
	MÉTODO TRADICIONAL						
	COSTO X PORCIÓN			\$ 1,07			
	x			2			
	P.V. SUGERIDO			\$ 2,14			
10%	27% de aumento al p.v.sug y +			\$ 0,21			
	NUEVO P.V.SUGERIDO			\$ 2,36			
	% Costo MP o Costo Potencial (CP)			45,45%			

REFRIGERIO


Receta N°4: Refrigerio – Choclo con queso



GRANJA LA MOCA RECETA ESTÁNDAR

Nombre:	Choclo con Queso			TIPO RECETA				
Clasificación:	Entrada			Básica	Complementaria			
N° Porciones:	6		porción	X				
PESO PORCIÓN:	150		gr c/p					
Ingredientes	Unidad Medida	CANTIDAD		PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIO DE COMPRA		
Choclos	gr	6	720	\$ 0,00505	\$ 3,6360	\$ 5,05	kilogramo	1000
Hojas de choclo	gr	6	360	\$ 0,00150	\$ 0,5400	\$ 1,50	kilogramo	1000
Queso fresco	gr	0,100	600	\$ 0,00412	\$ 2,4720	\$ 4,12	kilogramo	1000
Mantequilla	gr	0,080	480	\$ 0,00120	\$ 0,5760	\$ 1,20	kilogramo	1000
Subtotal					\$ 7,2240			
Extras				5%	\$ 0,3612			
COSTO TOTAL MP					\$ 7,5852			
COSTO X PORCIÓN					\$ 1,26			
COSTO X GRAMO					\$ 0,00843			
	MÉTODO TRADICIONAL							
	COSTO X PORCIÓN				\$ 1,26			
	x				2			
	P.V. SUGERIDO				\$ 2,53			
10%	27% de aumento al p.v.sug y +				\$ 0,25			
	NUEVO P.V.SUGERIDO				\$ 2,78			
	% Costo MP o Costo Potencial (CP)				45,45%			

Receta N°5: Refrigerio – Empanada de morocho



GRANJA

LA MOCA

GRANJA LA MOCA RECETA ESTÁNDAR

Nombre:	Empanadas de Morocho			TIPO RECETA				
Clasificación:	Entradas			Básica	Complementaria			
N° Porciones:	10		porción	X				
PESO PORCIÓN:	100		gr c/p					
Ingredientes	Unidad Medida	CANTIDAD		PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIO DE COMPRA		
Masa de Morocho	gr	1000	1000	\$ 0,00300	\$ 3,0000	\$ 3,00	kilo	1000
Acelte	cc	2000	2000	\$ 0,00116	\$ 2,3200	\$ 1,16	LT	1000
Zanahoria	gr	100,00	500	\$ 0,00144	\$ 0,7200	\$ 1,44	Kilogramo	1000
Arveja	gr	100,000	200	\$ 0,00200	\$ 0,4000	\$ 2,00	Kilogramo	1000
Pernil Molido	gr	200,000	500	\$ 0,00250	\$ 1,2500	\$ 2,50	Kilogramo	1000
Cebolla larga	gr	100,000	200	\$ 0,00123	\$ 0,2460	\$ 1,23	Kilogramo	1000
Huevo duro	unidades	3	4	\$ 0,12000	\$ 0,4800	\$ 0,12	UNIDAD	1
Subtotal					\$ 8,4160			
Extras				5%	\$ 0,4208			
COSTO TOTAL MP					\$ 8,8368			
COSTO X PORCIÓN					\$ 0,88			
COSTO X GRAMO					\$ 0,00884			
	MÉTODO TRADICIONAL							
	COSTO X PORCIÓN				\$ 0,88			
	x				1,5			
	P.V. SUGERIDO				\$ 1,33			
15%	27% de aumento al p.v.sug y +				\$ 0,20			
	NUEVO P.V.SUGERIDO				\$ 1,52			
	% Costo MP o Costo Potencial (CP)				57,97%			

Receta N°6: Refrigerio – Jugo de mora

GRANJA LA MOCA RECETA ESTÁNDAR

Nombre:	Jugo Mora			TIPO RECETA				
Clasificación:	Bebida			Básica	Complementaria			
N° Porciones:	5		porción	X				
PESO PORCIÓN:	250		ml c/p					
Ingredientes	Unidad Medida	CANTIDAD		PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIO DE COMPRA		
Agua	Lt	0,25	250	\$ 0,00080	\$ 0,2000	\$ 0,80	Lt	1000
Mora	gr	0,5	500	\$ 0,00700	\$ 3,5000	\$ 3,50	gr	500
Azúcar	gr	0,02	100	\$ 0,00330	\$ 0,3300	\$ 1,65	gr	500
Esencia de Vainilla	gr	6	5	\$ 0,02240	\$ 0,1120	\$ 1,12	gr	50
Subtotal					\$ 4,1420			
Extras				5%	\$ 0,2071			
COSTO TOTAL MP					\$ 4,3491			
COSTO X PORCIÓN					\$ 0,87			
COSTO X GRAMO					\$ 0,00348			
	MÉTODO TRADICIONAL							
	COSTO X PORCIÓN				\$ 0,87			
	X				1,5			
	P.V. SUGERIDO				\$ 1,30			
30%	27% de aumento al p.v.sug y +				\$ 0,39			
	NUEVO P.V.SUGERIDO				\$ 1,70			
	% Costo MP o Costo Potencial (CP)				51,28%			

RECETAS TALLER

Receta N°7: Taller – Quimbolito

GRANJA LA MOCA RECETA ESTÁNDAR

Nombre:	Quimbolitos			TIPO RECETA	
Clasificación:	Entrada			Básica	Complementaria
N° Porciones:	10		porción	X	
PESO PORCIÓN:	120		gr c/p		
Ingredientes	Unidad Medida	CANTIDAD		PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL
Harina de trigo	gr	0,250	250	\$ 0,00263	\$ 0,6575
Azúcar	gr	0,250	250	\$ 0,00103	\$ 0,2575
Mantequilla	gr	0,120	120	\$ 0,01200	\$ 1,4400
Pasas	gr	130	130	\$ 0,00087	\$ 0,1131
Queso fresco	gr	100	100	\$ 0,02000	\$ 2,0000
Licor anisado	cc	0,500	500	\$ 0,00250	\$ 1,2500
Polvo de Hornear	gr	0,003	3	\$ 0,01608	\$ 0,0483
Huevos	unidades	8	8	\$ 0,12000	\$ 0,9600
Hojas de Achira	gr	10	10	\$ 0,02000	\$ 0,2000
Subtotal					\$ 6,9264
Extras				5%	\$ 0,3463
COSTO TOTAL MP					\$ 7,2727
COSTO X PORCIÓN					\$ 0,73
COSTO X GRAMO					\$ 0,00606

PRECIO DE COMPRA		
\$ 5,26	kilogramo	2000
\$ 1,03	kilogramo	1000
\$ 1,20	kilogramo	100
\$ 0,87	Kilogramo	1000
\$ 2,00	kilogramo	100
\$ 2,50	Litro	1000
\$ 1,93	gr	120
\$ 0,12	unidad	1
\$ 3,00	gr	150

	MÉTODO TRADICIONAL	
	COSTO X PORCIÓN	\$ 0,73
	X	3,3
	P.V. SUGERIDO	\$ 2,40
27%	27% de aumento al p.v.sug y +	\$ 0,65
	NUEVO P.V.SUGERIDO	\$ 3,05
	% Costo MP o Costo Potencial (CP)	23,86%

Receta N°8: Taller – Espumilla

GRANJA LA MOCA RECETAS ESTÁNDAR

Nombre:	Espumilla con Frutillas			TIPO RECETA				
Clasificación:	Postre			Básica	Complementaria			
N° Porciones:	5		porción	X				
PESO PORCIÓN:	150		gr c/p					
Ingredientes	Unidad Medida	CANTIDAD		PRECIO UNIDAD	PRECIO TOTAL	PRECIO DE COMPRA		
Guayabas maduras	gr	8	250	\$ 0,00400	\$ 1,0000	\$ 4,00	Kilogramo	1000
Azucar	gr	0,500	500	\$ 0,00330	\$ 1,6500	\$ 3,30	Kilogramo	1000
Claras de huevo	Unidades	2	2	\$ 0,12000	\$ 0,2400	\$ 0,12	Unidad	1
Frutillas	gr	0,250	250	\$ 0,00600	\$ 1,5000	\$ 3,00	gr	500
Subtotal					\$ 4,3900			
Extras				5%	\$ 0,0110			
COSTO TOTAL MP					\$ 4,4010			
COSTO X PORCIÓN					\$ 0,88			
COSTO X GRAMO					\$ 0,00587			
	MÉTODO TRADICIONAL							
				COSTO X PORCIÓN	\$ 0,88			
				X	3,3			
				P.V. SUGERIDO	\$ 2,90			
10%				27% de aumento al p.v.sug y +	\$ 0,29			
				NUEVO P.V.SUGERIDO	\$ 3,20			
				% Costo MP o Costo Potencial (CP)	27,55%			

